

**Уральский международный центр  
дистанционного образования**

**Екатеринбург  
Издательство Уральского университета  
1994**

Ural's international centre of distance education

I. PICHURIN

# **SOCIALIST TENDENCIES IN CAPITALIST ECONOMY**

Уральский международный центр  
дистанционного образования

И. И. ПИЧУРИН

# СОЦИАЛИСТИЧЕСКИЕ ТЕНДЕНЦИИ В ЭКОНОМИКЕ КАПИТАЛИСТИЧЕСКИХ СТРАН

Екатеринбург  
Издательство Уральского университета  
1994

ББК У80.  
П364

Пичурин И. И.

П364 Социалистические тенденции в экономике капиталистических стран.— Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 1994.— 264 с.  
ISBN 5—7525—0383—3

В предлагаемой вниманию читателя работе рассматриваются новейшие тенденции в развитии экономики капиталистических стран, представлен анализ экономических целей развитого общества, роли государства в экономике, трансформации собственности и методов управления в крупных компаниях. Автор книги — заведующий кафедрой факультета экономики и управления Уральского государственного технического университета, профессор, доктор экономических наук. До прихода в университет более двадцати лет проработал в промышленности, в том числе последние десять лет — главным инженером Волжского трубного завода.

Книга рассчитана на широкого читателя, желающего получить представление о современной рыночной экономике.

П 0607000000-29  
182(02)-94 Заказное

ББК У80

Редактор Е. Г. Понизовкина  
Корректор М. И. Лаевская

ИБ № 842

Лицензия на издательскую деятельность ЛР № 020227 получена 08.10.91

Подписано в печать 24.02.94. Формат 60×84 1/16. Бумага тип. № 2.  
Гарнитура Таймс. Печать офсетная. Усл. печ. л. 16,5. Уч.-изд. л. 17,2.  
Тираж 2000 экз. Заказ 38

Издательство Уральского университета.  
620219 Екатеринбург, ГСП-830, пр. Ленина, 136.

Отпечатано с оригинала-макета в типографии НИИОргпрома.  
620219, Екатеринбург, ул. Белинского, 34.

ISBN 5—7525—0383—3

© И. И. Пичурин, 1994



## ПРЕДИСЛОВИЕ

Сейчас, когда основным содержанием преобразований в России объявлен переход к рынку, естественно, возникает вопрос, что же представляет из себя рынок, к которому мы устремились. Большинство интересующихся получает представление о рынке через периодическую печать, которая, по мнению автора, зачастую дает недостоверную информацию об экономических отношениях в развитых капиталистических странах. Изменения, происшедшие в последние десятилетия под воздействием научно-технической революции, не находят отражения в ней. Она построена в большинстве случаев на идеях, господствовавших в экономической литературе капиталистических стран 20—30 лет назад, и поэтому не освещает новых тенденций.

Раскрывая новейшие тенденции в развитии капиталистической экономики, автор выявляет направленность этого развития в сторону социализма, не претендуя на бесспорность этого вывода, пытается обосновать его. Главнейшей причиной социализации экономики является скачкообразное ускорение научно-технического прогресса во второй половине XX в. Гигантские компании, объединяющие десятки и даже сотни тысяч людей и капитал в десятки миллиардов долларов, не могут существовать без централизованного планирования. А сложнейшая техника не может функционировать, если люди, управляющие ею, принуждаются к труду прежними методами. Развитие социалистических тенденций в экономике капиталистических стран происходит естественным путем в силу объективных экономических законов. Желая показать трансформацию производственных отношений в капиталистических странах, автор в основном ссылается на труды экономистов этих стран, принимая их как исходные данные для анализа.

Изучение опыта капиталистических стран особенно важно при реформировании российской экономики, чтобы не допустить возврата к первобытному капитализму, в то время как весь мир объективно движется к социализму.

## Какой должна быть идеальная экономическая система

(Вместо введения)

Уместно ли сейчас, когда наша страна находится в тяжелейшем экономическом кризисе, размышлять об идеальной экономической системе? На первый взгляд кажется, что сейчас это несвоевременно. Есть пример развитых капиталистических стран, которые достигли процветания. Вот и надо сделать у нас все так же, как у них. А уже потом думать о чем-то более совершенном. А некоторые считают, что вообще не надо строить модель будущего. Мы, мол, 70 лет строили социализм и пришли к нищете и развалу, а на Западе просто жили, ничего не строя, и теперь процветают.

Попробуем разобраться в этих вопросах. Когда отдельный человек выполняет какую-то работу, он всегда продумывает, что хочет получить в результате. Обработывая на токарном станке цилиндрическую поверхность какой-то детали, токарь знает, какой диаметр ему нужен, в каких пределах возможны отклонения и какая допускается неровность (шероховатость) поверхности. В идеале не должно бы быть ни шероховатости, ни отклонений. Но поскольку это невозможно, то в зависимости от совершенства техники и квалификации работника проектируется точность изготовления. Маркс говорил, что человеческая трудовая деятельность тем и отличается от созидательной деятельности животных, что человек заранее представляет в уме, что хочет получить в результате. Итак, когда речь идет об индивидуе, у нас не возникает сомнений в том, что необходимо заранее предвидеть результат труда.

Сообщества людей, объединенных в бригады, цеха, предприятия, тоже представляют себе результат своего труда. Они знают, сколько и какого качества изделий необходимо произвести, какие технологические операции для этого необходимо выполнить. Когда взаимодействует множество людей, заранее точно определить результат, естественно, сложнее, чем когда речь идет об одном человеке. Но все-таки с определенной степенью вероятности такое планирование осуществляется. Гораздо труднее предвидеть, что будет с предприятием не через месяц или год, а через 10—15 лет, то есть планировать его развитие в будущем. Но и это сегодня делается.

Можно ли себе представить, чтобы народное хозяйство страны, состоящее из множества предприятий, планирующих свое развитие, само развивалось без плана, без представления о том, каким оно должно стать? Такое представить трудно, но тем не менее до

недавнего времени во многих развитых странах было именно так. Происходило это от непонимания взаимообусловленности результатов действий отдельных организаций и индивидов, стремления ничем не ограничивать волю частных собственников и неверия в возможность планирования развития общества. Мировой кризис 1929—1933 гг. заставил капиталистический мир осознать необходимость планирования, а советский опыт позволил убедиться в возможности планирования. Сначала это планирование было сравнительно краткосрочным. Затем стали появляться долгосрочные программы по отдельным проблемам (в США при Дж. Кеннеди были разработаны долгосрочные программы по развитию образования, по снижению расового антагонизма и т. д.). Наконец, энергетический кризис 1973—1974 гг. заставил осознать необходимость планирования отдаленного будущего для каждой страны и человечества в целом. Стала очевидной ограниченность сырьевых ресурсов и неотвратимость экологических последствий, о которых ученые говорили давно, но к их предупреждениям даже не прислушивались. Поскольку невозможно планировать развитие без представления о том, к чему оно должно привести, вопрос об идеальном состоянии общества, в том числе об идеальной экономической системе, перестал быть предметом чисто теоретических изысканий. Сформировав представление об идеале, можно намечать конкретные цели, позволяющие двигаться в направлении, приближающем к идеалу. Например, если установлено, что идеальная экономическая система должна обеспечить полную занятость всем трудоспособным гражданам, то разрабатываются программы создания рабочих мест, переквалификации и т. п., позволяющие повысить уровень занятости. Если же считается, что полная занятость снижает динамичность экономики, что определенный уровень безработицы является стимулом для работающих, то предлагаются программы помощи безработным для обеспечения им приемлемого уровня жизни. Должна ли экономическая система обеспечивать удовлетворение непрерывного роста потребления или существует какой-то оптимум? Эти и другие — вовсе не оторванные от практики вопросы.

Думается, что кардинальным пороком нашей перестройки было и остается как раз отсутствие научно обоснованного представления о том, к какому состоянию мы должны прийти.

Сначала шла речь об ускорении. Но ускорение — это средство, а не цель. Затем говорили о «социализме с человеческим лицом», не раскрывая сути этого понятия. И, наконец, дошли до необходимости перехода к рыночной экономике, массовой приватизации во всех отраслях народного хозяйства.

Можно ли считать, что теперь уже определена цель реформирования? Нет. Она по-прежнему неясна. Рыночная экономика —

это понятие, включающее в себя очень много модификаций, существенно отличающихся друг от друга. Американский, японский, французский, скандинавский, немецкий варианты так же различны, как и природные условия этих стран, культурное наследие, история развития, национальный менталитет. Естественно, что и России следует иметь свой вариант рыночной экономики, принципиальные положения которого должны быть известны в начале реформирования. И этот вариант не может быть копией чьей-то модели. Он должен разрабатываться с учетом всех достижений и ошибок, допущенных другими, но в первую очередь с учетом особенностей исторического развития России, социально-культурных и политических традиций народа, состояния экономики к моменту реформирования.

Некоторые полагают, что в критической ситуации надо действовать, а не заниматься теоретическими изысканиями. Но восьмилетний опыт судорожных метаний, приведших к утрате еще недавно могущественного экономического потенциала страны, должен был бы убедить их в справедливости прописной истины, что нет ничего более практичного, чем хорошая теория. Наверное, если бы начали реформирование не в мае 1985 г., а на год позже, катастрофы бы не произошло. Тогда тревогу вызывало снижение темпов роста, а сейчас мы радуемся снижению темпов падения. Ну, так пожили бы еще год с пониженными темпами роста, потратив это время на осмысление своего настоящего положения, на выяснение причин, приведших к снижению темпов роста, которое, кстати, происходило в то время в большинстве развитых стран. С учетом накопленного опыта социалистического строительства проанализировали бы правильность выбранных целей и путей их достижения. Вовлекли бы в этот анализ все слои населения. И только после этого, составив конкретную программу действий, приступили бы к реформированию, постоянно сверяя получаемые результаты с ожидаемыми. Именно так готовятся к проведению серьезных преобразований во всех странах.

В нашей стране происходит смена общественного строя. То, что фактически осуществляется реставрация капитализма, отрицать бессмысленно. Сейчас только еще неясно, какой капитализм мы будем создавать. Часть реформаторов считает, что надо вернуться к капитализму 1917 г., а затем, по возможности ускоренным маршем, пройти путь, проделанный другими странами за этот 75-летний период времени. При этом они, очевидно, упускают из виду, что сегодняшняя техника, без которой человеческая жизнь уже немыслима, несовместима с теми производственными отношениями, которые были свойственны капитализму 1917 г. Вернуться к российскому капитализму 1917 г. можно было бы только вооружившись теми же средствами труда и возвратив народ к тому же

уровню культуры. Другие полагают, что не следует возвращаться к капитализму периода первоначального накопления со всеми его отвратительными чертами, а необходимо сразу идти к цивилизованному капитализму. А вот вопрос о том, надо ли вообще идти к капитализму, представляется абсолютно ясным, хотя даже попыток проведения широкомасштабной дискуссии в обществе на эту тему не было. Бесконечное скандирование в средствах массовой информации утверждения «Альтернативы рынку нет» вряд ли можно считать доказательством правильности сделанного выбора.

Предлагаемая вниманию читателя книга предназначена как раз для того, чтобы способствовать формированию у него представления об эволюции экономических систем развитых капиталистических стран под воздействием научно-технической революции. А получив представление о том, что такое смешанная экономика (термин, часто употребляемый на Западе и более точно отражающий, по нашему мнению, суть, чем термин «рыночная экономика») и в каком направлении она развивается, читатель сможет — по крайней мере, на это надеется автор — выработать собственное суждение о том, необходима ли реставрация капитализма или же следует идти по пути конвергенции, то есть по пути сближения и взаимообогащения двух систем. Сторонники конвергенции, а среди них такие всемирно известные ученые, как Д. Гэлбрейт и А. Д. Сахаров, полагали, что это наиболее безболезненный путь, ведущий к снижению конфронтации и к постепенному слиянию разных экономических систем. При анализе сегодняшнего состояния смешанной экономики разных стран и тенденций ее развития в качестве исходных данных служили работы крупнейших современных зарубежных экономистов. Их обильное цитирование в данной работе имело целью познакомить читателя с суждениями тех, кто живет в рыночной среде, знает ее изнутри. И, как читатель сможет убедиться, эти суждения зачастую принципиально отличаются от тех представлений о рынке, которые в последнее время популяризируются в нашей стране. Редкое обращение к трудам отечественных экономистов в данной работе также обусловлено стремлением опираться на первоисточники, когда речь идет о рыночной экономике, ибо работы наших экономистов (автор для себя не делает исключения), если и содержат ценные идеи и выводы, преимущественно построены на чужих наблюдениях, исследованиях и поэтому не всегда могут быть использованы как первичный материал для анализа.

Прежде чем переходить к рассуждениям об идеальной экономической системе, хотелось бы рассмотреть вопрос о том, почему социализм, который еще не так давно представлялся как раз тем идеалом, к которому следует стремиться, оказался в глазах многих дискредитированным.

Причем речь идет не о правильности или ошибочности путей построения социализма, избранных той или иной страной, а о неверном выборе цели. Социалистический путь развития объявляется тупиковым, поскольку сам идеал, о котором веками мечтали и рассуждали лучшие умы человечества, якобы не обеспечивает условий дальнейшего развития. Получает распространение теория «двух третей», в соответствии с которой надо иметь вполне благополучное большинство (две трети) и менее благополучное меньшинство. Неравенство будет стимулировать благополучных к интенсивному труду, чтобы не оказаться в менее обеспеченной трети. В то же время, поскольку благополучных большинство, гарантируется стабильность общества и создается достаточно широкий спрос, необходимый для процветания массового производства. Сторонники этой концепции считают экономическое неравенство источником движения и на этом основании признают социалистический путь развития тупиковым. В качестве наглядной иллюстрации правильности своих положений они приводят сравнительные результаты развития двух экономических систем — социалистической и капиталистической.

Нам эти суждения представляются далеко не бесспорными.

Во-первых, еще в 60-е гг. успехи советской промышленности не вызывали сомнений у многих западных экономистов. Достаточно посмотреть работы таких серьезных ученых, как Гэлбрейт, Самуэльсон, Леонтьев, Фейгенбаум. Другое дело, чем они объясняли эти успехи. Их связывали с богатейшими природными ресурсами, высокоэффективной системой образования, с возможностью концентрации научных и технических ресурсов в избранных направлениях, с наличием системы социальной защищенности, которая в то время была еще слабо развита на Западе, большой долей национального продукта, направляемой на расширенное воспроизводство в ущерб потреблению. Хотя большинство этих специалистов считало тогда, что успехи советской экономики имеют место несмотря на социалистическую модель развития, но сам факт успешного развития признавался. Замедление темпов роста у нас началось с середины 60-х гг. Является ли это замедление объективно неизбежным для социалистической экономики, внутренне ей присущим или есть иные его причины, можно было бы дискутировать.

Например, необходимо ли было направлять на оборонные нужды такую значительную долю национального дохода? Ведь то, что это обстоятельство было одной из причин снижения темпов развития, не вызывает сомнений. Насколько этого требовала внешнеполитическая обстановка — другой вопрос. Но то, что это вопрос политический, а не экономический, нам представляется бесспорным.

Та степень централизации управления и напряженности планирования, которая была присуща советской экономике в последние

десятилетия, тоже не является внутренне обусловленной для экономики, основанной на общенародной собственности, так же как и полная ликвидация частной и индивидуальной собственности вовсе необязательна для социалистического способа производства.

Наконец, многие обращают внимание на странное совпадение по времени резкого снижения темпов экономического роста с проведением реформы 1965 г., когда главными показателями, характеризующими деятельность предприятия, стали прибыль и товарная продукция, а натуральные показатели и себестоимость оказались второстепенными. Не явилось ли непоследовательное применение рыночных инструментов к социалистической экономике одной из причин снижения ее эффективности?

Перечень возможных причин замедления темпов развития советской экономики можно было бы продолжить. Они здесь приведены только для того, чтобы показать необходимость глубокого их анализа, прежде чем делать вывод, что это действительно внутренне присущие социалистической экономике тенденции. Такого анализа проведено не было. Как же можно считать обоснованным вывод о необходимости отказа от общенародной собственности во всех отраслях народного хозяйства, от централизованного планирования, государственного вмешательства в ценообразование и т. п.? А может быть, целесообразнее было бы усовершенствовать управление собственностью, используя передовой зарубежный опыт, оптимизировать планирование и сделать менее жестким участие в ценообразовании?

Сторонники радикальных преобразований, считающие, что социалистическую экономику реформировать бессмысленно, что ее можно только разрушить, заменив рыночной, в качестве довода ссылаются на отставание советской экономики. Практика, мол, лучше любых теорий показала ее несостоятельность. Но приходится напомнить о том, что в науке давно стало аксиомой, — неосмысленные факты могут привести к ложным выводам. Научно же обоснованные доказательства невозможности совершенствования социалистического способа производства и, следовательно, необходимости отказа от него в литературе не появлялись.

Теперь перейдем к оценке результатов развития капиталистической экономики за тот же 75-летний период. Данная система хозяйствования за это время настолько изменилась, что многие авторы даже считают невозможным называть по-прежнему ее капиталистической, определяя ее в качестве постиндустриальной или посткапиталистической. Но поскольку все-таки во многих фундаментальных работах западных экономистов используется термин «капиталистическая система», то и мы будем пользоваться им. Что же так изменило облик этой системы?

Прежде всего отметим изменение роли государства в экономической жизни. Планирование развития экономики, законодатель-



ное регулирование ее функционирования, активное участие в ценообразовании, экономическое воздействие на хозяйствующих субъектов в нужном для общества направлении, перераспределение доходов в обществе и социальное обеспечение целого ряда потребностей — вот атрибуты сегодняшней капиталистической системы в развитых странах. Описанию этой экономики и анализу тенденций ее развития посвящена предлагаемая вниманию читателя книга. А пока хотелось бы отметить, что эти изменения, без которых не было бы сегодняшних успехов капиталистической экономики, а возможно, и ее самой, произошли не без влияния существовавшей рядом социалистической экономики.

Никто не отрицает, что в вопросах государственного планирования, ценового регулирования, стандартизации продукции, бесплатного здравоохранения и образования, социального страхования и т. п. советский опыт был зачастую пионерным и использовался другими странами в своем развитии. Причем этот опыт играл многоплановую роль.

С одной стороны, он свидетельствовал о возможности ряда конкретных нововведений. С другой стороны, он помогал избежать ошибок и потерь, которые неизбежно выпадают на долю первопроходца. И, наконец, он был мощным оружием в руках заинтересованных классов или слоев населения. Сегодняшний цивилизованный капитализм в значительной мере стал таким потому, что вынужден был им стать.

Сегодня трудно представить, что в 20-е гг. в США профсоюзных активистов сажали в тюрьмы, а в 40-е гг. участников движения за мир преследовали как красных. Когда стало ясно, что конфронтационный путь может закончиться поражением (до социалистической революции в России это казалось немыслимым), правящие круги не сразу, но осознали необходимость поиска иного пути — пути компромиссов, партнерства. Будучи вынужденными под давлением обстоятельств пойти по пути партнерства, они со временем увидели, что этот путь гораздо более продуктивен. Противоречия между трудом и капиталом, между управляющими и управляемыми и т. п., конечно, по-прежнему разрешаются в борьбе. Но эта борьба уже не принимает таких разрушительных форм, как раньше. На смену забастовкам и вооруженным столкновениям пришли споры при заключении коллективного договора и подобного рода соглашений. Это постепенно приучило хозяев и менеджеров к мысли, что работники могут быть их собеседниками.

А когда произошла научно-техническая революция и новые производительные силы потребовали демократизации отношений на производстве, то предпосылки для этого оказались уже созданными.

Как известно, наличие альтернативных вариантов всегда способствует ускорению развития. Существование социалистической



экономики способствовало совершенствованию капиталистической. К сожалению, нельзя сказать того же об экономике социалистической. Догматизм мышления тех, кто имел право решать, препятствовал заимствованию опыта развитых капиталистических стран. Современная капиталистическая экономика не изучалась, происходившая социализация отдельных ее сфер (муниципальное хозяйство, транспорт, энергетика, образование, здравоохранение, деятельность национализированных предприятий) не замечалась. А в это время, заимствуя советские достижения, западные страны накопили свой собственный богатый опыт, который мог бы оказаться поучительным для бывших первопроходцев. Точно так же был накоплен опыт планирования, ценового регулирования, управления государственными предприятиями, использование которого в советской экономике помогло бы избежать многих ошибок. Но сама идея конвергенции рассматривалась как оппортунистическая, то есть предполагалось, что нам незачем с кем-то сближаться, так как наш путь единственно правильный.

Идеологи видели свою роль в обеспечении чистоты социализма, в недопущении капиталистической примеси, забывая, видимо, о том, что они именуют себя диалектиками. А будучи диалектиками, они обязаны были бы понимать, что не может быть чистого социализма и чистого капитализма. В любой экономике есть определенная доля того и другого. Вопрос в том, каковы пропорции и куда направлено их изменение. Конвергенция, как нам представляется, это постепенное сближение двух вариантов развития современной экономики (капиталистического и социалистического) при направленности их эволюции в сторону социализма.

Вследствие непонимания этого, вместо взаимообогащения обеих систем шло обогащение только капиталистической системы за счет позитивного опыта социалистической, что и позволило ей добиться значительно больших успехов за последние 20—30 лет. При такой оценке хода событий не кажется неизбежным вывод о необходимости отказа от социалистического пути. Но непременно напрашивается вывод о необходимости тщательного изучения всех новшеств в области планирования, управления, социальной защиты и т. п. и кардинального обновления социалистической экономики на этой основе.

Автор вовсе не стремится на двух-трех страницах доказать нецелесообразность реставрации капитализма в России — речь идет о необоснованности этого курса. Совершая кардинальный поворот, не только определяющий судьбу России, но и влияющий на судьбы человечества, следовало бы не жалеть времени и усилий на научное обоснование цели развития. Действительно ли социализм являлся ошибочной целью или же был неверным избранный путь? Для того чтобы иметь возможность компетентно рассматри-

вать этот вопрос, уточним наше понимание социализма. Дело в том, что довольно широко распространены вульгарные представления о социализме.

Например, рассмотрим, как трактуется понятие равенства.

Противники социализма начинают с того, что социалисты, мол, хотят сделать людей одинаковыми в мыслях, поведении, потреблении.

Когда-то Г. Форд, думая, что он опровергает социалистов, говорил, что «нет ничего нелепее, чем утверждение, что люди равны». При этом он понимал под равенством равенство способностей людей и доказывал, что по способностям люди не равны. Но он спорил не с социалистами, а с теми, кто извращал социалистические идеи. Никогда в социалистическом учении не обосновывалась такая нелепая мысль. В работах классиков марксизма неоднократно говорится о неравенстве людей. Не случайно отношением людей к производству при коммунизме они выражали формулой «от каждого по способностям». Если бы способности были одинаковыми, то эта формула потеряла бы смысл. Эта, казалось бы, азбучная истина, к сожалению, нередко забывается. Теперь о равенстве в потреблении. Сторонников социализма обвиняют в стремлении к абсолютному уравниванию потребления, что лишает людей стимула к эффективному труду. При этом опять-таки происходит подмена социалистического представления о равенстве вульгарным. В чем эта подмена? Когда неравенство в потреблении составляет десятки и даже сотни раз, то направленность на уменьшение этого разрыва до нескольких раз обоснованно называется стремлением к равенству. Именно к такому сокращению разрыва между душевым доходом наиболее и наименее обеспеченных семей призывают сторонники социализма, а не к абсолютному уравниванию.

В зависимости от уровня материального и духовного развития неравенство в потреблении может и должно постепенно уменьшаться, оставаясь таким, чтобы стимулировать высокопроизводительный труд. И это никогда не отрицалось социалистами. Все дело в масштабах неравенства. Неравенство, достигающее десятков раз, считается неоправданным. В дальнейшем, рассматривая методы мотивации, мы увидим, что современная управленческая практика подтверждает: большой разрыв в потреблении не способствует повышению эффективности экономики. Чем больше роль моральных стимулов и идеологических методов воздействия, тем меньше может быть разница в потреблении. И этой небольшой разницы достаточно для стимулирования. Важно, чтобы человек не сталкивался с безразличием к результатам его труда. А каков размер поощрения, это во многом зависит от традиций, социальной культуры. Абсолютное уравнивание потребления, порождающее безразличие к результатам труда, никогда не провозглашалось

теоретиками социализма. В формуле «распределение по труду» заложено даже большее неравенство в распределении, чем сегодня практикуется во многих капиталистических странах. Дело в том, что эта формула возникла, когда основой неоправданно высоких доходов было владение собственностью. Поэтому устранение разрыва в потреблении связывалось с получением доходов преимущественно за труд, а не за владение собственностью. В настоящее время в развитых капиталистических странах 80—90% валового национального продукта составляет заработная плата наемных работников. Можно считать, что в определенной мере социалистический лозунг «распределение по труду» уже реализован. Но сейчас этот казавшийся сто лет назад достаточно справедливым способ распределения благ считается не обеспечивающим достаточного равенства в потреблении.

В силу существующих различий в состоянии здоровья, в составе семьи одинаковые доходы, получаемые в виде оплаты труда, могут значительно различаться, будучи распределенными на каждого члена семьи. Поэтому в развитых странах существует налоговый перераспределительный механизм, о котором подробнее будет сказано в пятой главе. Таким образом, реальная жизнь не только подтвердила правомерность когда-то выдвинутого социалистами тезиса о распределении по труду, но и доказала необходимость еще более уравнивающего распределения.

На этом примере можно увидеть, как меняются представления об идеальном. То, что сто лет назад представлялось социалистам почти совершенным — распределение по труду, сегодня оказывается недостаточным даже в практике капиталистических стран. И оказывается, что в относительно равномерном распределении благ в первую очередь заинтересованы крупные корпорации, потому что без массового потребителя не может быть массового производства, на котором основана современная цивилизация. Достаточно равномерное распределение благ необходимо и для того, чтобы иметь квалифицированных, трудоспособных работников. Следовательно, стремление к равенству в распределении, если только не интерпретировать равенство как абсолютное уравнивание, есть не только гуманная цель, но и необходимое условие развития экономики.

Проанализируем еще одно положение, вызывающее множество скептических оценок, — коммунистический принцип распределения по потребности. Известно, что он рассматривался в марксизме как более отдаленный по времени, ибо его осуществление возможно лишь при достаточно высоком развитии производительных сил. Скептики всегда считали этот принцип нереальным и порочным: разве можно, мол, представить общество, где каждый будет удовлетворять любую свою потребность. А если все захотят есть

икру ложками, то где же ее взять? По их мнению, он порочен независимо от возможностей общества, поскольку то, что дается не за труд, не ценится.

Однако распределение по потребности уже существует. В разных странах в различной степени осуществляются бесплатное образование и медицинское обслуживание, оказывается помощь малообеспеченным, предоставляется муниципальное жилье, места в детских садах. Эти блага даются не за деньги, являющиеся эквивалентом труда, а в соответствии с нуждаемостью. Разве это не элемент распределения по потребности?

Другое дело, что по потребности распределяется только часть валового национального продукта. В одних странах это 10—15%, в других около 25%. Это уже немалая часть, хотя и не преобладающая. Как видим, распределение по потребности — это не вредные фантазии коммунистов, а уже существующая форма распределения и повышения морального и культурного уровня населения той или иной страны, и доля благ, распределяемых по потребности, будет возрастать. Повышение прожиточного минимума, обеспечение свободного доступа к высшему образованию, медицинскому обслуживанию — это признаки уже сегодня происходящего в развитых странах расширения доли распределения по потребности. Распределение по потребности при этом следует понимать как обеспечение каждого количеством благ, которое необходимо для достойного проживания. Этот уровень определяется обществом. Постепенно, по мере роста культурного уровня личные желания будут приходить в соответствие с общепринятыми нормами и разрыв между личными желаниями и определяемыми обществом нормами будет уменьшаться. Надо полагать, что когда распределение будет осуществляться преимущественно по потребностям, то это полностью не исключит распределения по труду каких-то особо редких благ. Этого может быть достаточно для мотивации труда.

Главной причиной непонимания сущности и целесообразности идей равенства, распределения по потребности, планирования является неумение диалектически мыслить. Если равенство, то абсолютное. Если по потребности, то только по потребности. Если планировать, то все до последнего гвоздя. На самом же деле должно быть не «или — или», а «и то, и другое». Большая часть благ будет распределяться по потребности, а какая-то часть по труду. Сочетание противоположностей, а не устранение одной из них является основой развития. К сожалению, этого не понимали в нашей стране и не понимают до сих пор многие из тех, от кого зависят решения. Раньше избавлялись от частно-индивидуальной собственности, видя в ней угрозу социализму. Сейчас с таким же рвением стремятся избавиться от общественной собственности как

от социалистического наследия, не замечая, что во всех развитых странах имеет место очень высокая степень обобществления производства, о чем будет подробно говориться во второй главе.

В действительности вся гамма форм собственности может быть представлена и в капиталистической, и в социалистической экономике. Все различие — в пропорциях. Там, где господствует общенародная собственность, создается основа для социалистического способа производства.

Образчиком неумения диалектически мыслить являлась и наша методология планирования и распределения. Из Москвы решали, может ли продать 12 метров рельсов металлургический завод рядом расположенному машиностроительному. И даже на собственные ремонтные нужды он сам не мог их использовать. Распределялось все и полностью. Теперь, вместо того чтобы отказаться от абсурдной методологии планирования, вообще решили отказаться от планирования, то есть перешли в другую крайность.

Только полной неспособностью к диалектическому мышлению и незнанием реалий современной экономической жизни можно объяснить такие утверждения, как «план и рынок несовместимы», «ограниченной свободы не бывает» и т. п. Надеемся, что читатель, познакомясь с данной книгой, убедится, что именно разумное сочетание противоположных принципов и методов является основой успешного решения экономических проблем. Вся сложность заключается в нахождении пропорций, меры сочетания противоположностей.

Итак, основные социалистические принципы не являются мифами. Они уже в той или иной мере реализуются и, знакомясь более детально с эволюцией экономики развитых стран, мы увидим, как постепенно, естественным путем, зачастую вопреки официальным идеологическим посылкам расширяется сфера их применения. По выражению Д. Гэлбрейта, социализм внедряется в капитализм. Само по себе это еще не основание для вывода о перерождении капитализма в социализм. Мы только что говорили, что в жизни всегда имеет место сочетание противоположностей. Но тот факт, что доля социализированных сфер общественной жизни постепенно и неуклонно расширяется, позволяет предположить, что вектор движения направлен в сторону социализма.

Несколько слов о термине «социализм» в его экономическом аспекте. Поскольку общепризнанного толкования этого термина не существует, мы позволим себе высказать свое мнение по этому поводу, не претендуя на исчерпывающую полноту и бесспорность.

Как экономическая категория социализм — это способ производства, при котором:

1. Главенствующей формой собственности является общенародная, но при этом созданы условия для функционирования всего многообразия форм собственности.

2. Государство планирует развитие всего народного хозяйства и управляет общенародной собственностью.

3. Взаимоотношения между хозяйственными единицами имеют характер товарообмена, но ценовые пропорции на макроуровне регулируются обществом.

4. Основу дохода составляет распределение по труду, но при этом общество гарантирует индивидам определенный достойный минимум потребления, в том числе набор общественных благ (образование, здравоохранение, культура, спорт и т. п.).

5. Трудоспособному населению обеспечивается полная занятость.

6. Стабильность валюты стимулирует бережливость и, следовательно, разумное отношение к потреблению.

7. Важнейшей целью экономического развития является повышение качества жизни, а не рост потребления.

Надеемся, что по мере ознакомления с настоящей книгой суть этого определения будет раскрываться читателю, но на некоторых его моментах мы остановимся уже сейчас.

Под планированием народного хозяйства понимается не то директивное планирование, при котором каждому предприятию и организации указывалось, что, когда и как делать. Имеется в виду определение стратегии развития, которое уже сейчас делается во многих развитых странах. И управление общенародной собственностью понимается как гораздо менее централизованное, чем это было в советской экономике, предоставляющее возможность для самостоятельного хозяйствования.

Под стабильностью валюты понимается не абсолютная неизменность курса, а недопустимость значительной инфляции (не более 1—2% в год). В этом случае исключается искусственный рост потребления, обусловленный опасением обесценивания сбережений.

Говоря о том, что взаимоотношения между хозяйственными единицами регулируются товарообменом, мы хотели подчеркнуть, что централизованное распределение продукции производственно-технического назначения и всеобъемлющее государственное ценообразование нет оснований считать обязательными и для социалистического производства. В большинстве случаев отношения товарообмена могут регулироваться договором между партнерами. Общественное регулирование ценовых пропорций на макроуровне понимается как установление государством цен на очень небольшой ассортимент базовых видов продукции (уголь, сталь, нефть, хлеб, мясо, электроэнергия и т. п.) и постоянное взаимодействие государственных органов с ассоциированными изготовителями и потребителями по вопросам ценообразования на остальные виды продукции.

Термин «качество жизни» включает в себя уровень потребления, уровень знаний, эстетический и нравственный уровень,

уровень экологичности и безопасности. Еще сравнительно недавно западные экономисты, говоря об уровне жизни, подразумевали уровень потребления. По мере роста благополучия в развитых странах все более очевидной становится нетождественность качества жизни и уровня потребления, а в некоторых случаях даже оказывается, что рост потребления приводит к снижению качества жизни. Поэтому в определении социализма мы акцентируем внимание на этом различии.

Предлагаемая трактовка понятия социализма не охватывает политических, юридических, нравственных и прочих аспектов, поскольку в данной работе исследуются экономические процессы. Данное определение предложено только для того, чтобы читателю было понятно, какой смысл вкладывает автор в термин «социализм».

Может ли социализм рассматриваться как идеальная экономическая система?

Нам представляется, что сама экономическая практика развитых стран в эпоху научно-технической революции отвечает на этот вопрос. Углубляющееся разделение труда порождает такую взаимосвязанность между отдельными хозяйственными субъектами, что без общественного регулирования взаимоотношений их деятельность становится невозможной. Степень обобществления производства в большинстве сфер хозяйствования достигла такого уровня, что само понятие частной собственности, когда речь идет о гигантских компаниях, теряет свой первоначальный смысл. Рассматривая экономические цели общества, характеристики и роль различных форм собственности, современные методы внутрифирменного управления, взаимоотношения между фирмами и, наконец, роль государства в экономической жизни страны, мы на протяжении всей книги основное внимание будем уделять социализации. Если в работах западных ученых тридцатилетней давности шли споры, допустимо ли государственное планирование и не противоречит ли оно принципам свободного частного предпринимательства, то сегодня это уже не обсуждается. Сегодня речь идет о том, как планировать. Если тридцать лет назад спорили, целесообразна ли социальная поддержка работников, не лишает ли она их стимула к зарабатыванию денег интенсивным трудом, то теперь таких споров нет. Уже не только государство, но и частные компании разрабатывают меры социальной поддержки, потому что без квалифицированного, трудоспособного работника, отождествляющего свои личные интересы с интересами предприятия, компании, современное производство не может существовать. Оно требует социализации экономики.

Снижение экономического риска стало во многих случаях условием успешного развития. В экономической практике ряда



стран бывают случаи, когда государство оказывает экономическую поддержку попавшим в затруднительное положение хозяйственным единицам. А еще недавно считалось, что без неограниченного экономического риска не может быть развития и что одна из негативных сторон социалистической экономики заключается именно в защищенности предприятий от банкротства. Излишняя защищенность действительно вредна, но и неограниченный риск не менее опасен. Он тоже тормозит развитие. Вмешательство государства снижает степень риска и тем самым ускоряет развитие.

Все это заставляет сделать вывод, что развитие направлено именно в сторону социализма и что каждая страна, проектируя свою идеальную экономическую систему, должна это учитывать.

Не хотелось бы, чтобы у читателя возникло впечатление, что автор закрывает глаза на недостатки капиталистической экономики и, подобно многочисленным поклонникам западного образа жизни, восторженно описывает только ее достижения. Целью написания этой книги было не создание всеобъемлющей картины экономики развитых стран, а доказательство неизбежности нарастания в ней социалистических тенденций и соответственно регрессивности разрушения социализма в нашей стране. Вот почему внимание акцентируется на социальных достижениях.



## ГЛАВА 1. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ

### 1.1. Экономические цели общества

Рассмотрение проблем экономики, по нашему мнению, следует начать с осмысления экономических целей общества. Широко распространено суждение, согласно которому экономические цели общества состоят в следующем:

1. Экономический рост, под которым понимаются увеличение производства товаров и услуг и повышение их качества.

2. Рост экономической эффективности, т. е. снижение расхода производственных ресурсов на единицу выпуска товаров или услуг.

3. Обеспечение полной занятости, под которой понимается предоставление работы всем желающим ее получить.

4. Стабильный уровень цен.

5. Экономическая свобода товаропроизводителей.

6. Справедливое распределение доходов, обеспечивающее приемлемые условия существования всем гражданам, независимо от состояния их здоровья, возраста, дееспособности.

Принимая в целом этот перечень целей, мы считаем целесообразным остановиться на их конкретном толковании.

Начнем с экономического роста. До недавнего времени оправданность экономического роста в любой стране мира ни у кого не вызывала сомнений. Безусловно, не вызывает сомнений правомерность постановки такой цели и для российской экономики. Но для народного хозяйства промышленно развитых стран необходимость наращивания объемов производства товаров и услуг уже не представляется такой бесспорной. Стоит ли нам сегодня, в условиях резкого спада производства, ломать голову над тем, всегда ли задача экономического роста будет оставаться актуальной? Думается, стоит, потому что, разрабатывая стратегию, надо видеть не только ближнюю, но и дальнюю перспективу.

Итак, рассмотрим вопрос, должна ли оставаться среди экономических целей общества задача неуклонного наращивания производства товаров и услуг независимо от степени развития его экономического потенциала.

К. Макконнелл и С. Брю, например, утверждают, что «материальные потребности общества, т. е. материальные потребности составляющих его индивидов и институтов, буквально безграничны или неутолимы» [1, с. 36]. Это мнение, разделяемое многими

экономистами, и является основой представления о желательности экономического роста. Даже те, кто высказывает сомнения в возможности безграничного экономического роста, обосновывают свою позицию ограничениями, налагаемыми опасностью загрязнения окружающей среды. Но и сторонники сдерживания или даже прекращения экономического роста полагают, что для повышения благосостояния общества экономический рост желателен.

Нам же сам постулат о безграничных материальных потребностях общества представляется далеко не бесспорным, хотя, казалось бы, весь прошлый опыт человечества подтверждает его правильность. Действительно, если оглянуться назад, то мы увидим, что рост производительности труда, порождавший увеличение материальных благ, способствовал появлению новых потребностей. То, что еще вчера было предметом роскоши, сегодня становится предметом первой необходимости, а множества потребностей, удовлетворение которых требует огромной затраты ресурсов, вообще не существовало еще 50—70 лет тому назад. Но кто доказал, что этот неограниченный рост потребностей неизбежен, необходим людям и что он должен продолжаться в будущем? Кто доказал, что благополучие общества пропорционально потреблению?

Известно, что физиологические потребности и потребности самосохранения ограничены. Это те самые потребности в пище, одежде и жилище, которые до недавнего времени являлись определяющими (во многих странах, и у нас в том числе, пока и являются ими), но в последние десятилетия перестали таковыми быть в промышленно развитых странах. Значительная часть национального дохода сейчас расходуется в этих странах на удовлетворение социальных потребностей, потребностей в уважении и самоуважении. Эти потребности в значительно большей степени управляемы. Человеку очень легко внушить, что он будет чувствовать себя несчастным, если не сможет раз в три года сменить модель автомобиля, обновить мебель и т. п. Нужды низшего уровня (голод, жажда) неуправляемы, потому что неодолимы. Они существуют объективно. Человек не может не есть, не пить, не нуждаться в тепле. Голодного человека невозможно убедить в том, что лучше истратить последние рубли на интересную книгу, чем на еду. Пока на удовлетворение нужд низшего уровня расходовалась или расходуется большая часть бюджета широких слоев населения, говорить об управлении их нуждами не имеет смысла. В развитых странах, в которых значительная часть благ направлена на удовлетворение нужд более высокого уровня, в значительной мере связанных с созданием психической реакции у потребителя, такое управление становится возможным. Чувства личного успеха, равенства с соседями, престиж в обществе, внешняя привлекательность, вкусовые ощущения — это все нужды, прекрасно управля-

емые через сознание. «Психические реакции не проистекают из такой же внутренней потребности, а поскольку они существуют в сознании, то подвержены воздействию всего того, что оказывает влияние на сознание», — говорит Гэлбрейт в своей работе «Новое индустриальное общество» [13, с. 249].

Итак, значительной частью нужд можно управлять воздействуя на сознание. Это прекрасно осознают специалисты по маркетингу. Ф. Котлер в «Основах маркетинга» [2] утверждает, что производители умело создают искусственные желания, не только не отвечающие подлинным интересам покупателя, но и зачастую оборачивающиеся со временем против него. В качестве примера он приводит увеличение количества легковых автомобилей в США, следствием чего стали пробки на дорогах, смог, рост травматизма, отвод драгоценной городской площади под дороги в ущерб жилью и т. п. Кому же выгодно так управлять потребностями, инициировать нужды, не отвечающие коренным интересам потребителей? Кто заинтересован в беспредельном росте потребностей? На этот вопрос отвечает один из крупнейших экономистов США Д. Гэлбрейт в своей работе «Экономические теории и цели общества» [3]. Крупные корпорации, организовавшие массовое производство, заинтересованы в росте его объемов, обеспечивающем снижение издержек. Умело используя все достижения маркетинга, они воздействуют на потребителя. «Современное нововведение значительно чаще состоит в том, что оно создает потребность, которую никто прежде не ощущал», — пишет Гэлбрейт [3, с. 181]. По его мнению, имеет место нерациональное расходование ресурсов в интересах корпораций. «Теперь уже трудно поверить, что экономическая система имеет тенденцию к самосовершенствованию. Неравномерное развитие, неравенство, никчемные и вредные нововведения, ущерб окружающей среде, пренебрежение интересами отдельной личности, власть над государством, инфляция, неспособность наладить координацию между отраслями являются составной частью системы, как и составной частью реальности» [3, с. 270]. Как видим, рост потребностей не всем представляется необходимым и оправданным. Более того, сейчас формируется концепция социально-этического маркетинга, предполагающая ориентацию на удовлетворенность потребителя и благополучие общества в целом, а не на обязательный рост потребностей и материальных благ.

Ф. Котлер, один из идеологов социально-этического маркетинга, полагает: «Американская система предпринимательства поощряет чрезмерный интерес к вещиизму. О людях судят не по тому, что они собой представляют, а по тому, чем они владеют. Человека не считают преуспевающим, если у него нет дома в пригороде, двух машин, самой модной одежды и новейших электронно-бытовых приборов. Однако кое-что начинает меняться. Некоторые амери-

канцы начинают терять страсть к приобретательству. Они уделяют больше внимания отдыху, играм, учатся обходиться меньшим. Движение это идет под девизом "Немного — это здорово" и "Чем меньше, тем больше"» [2, с. 667].

О пресыщении вещиизмом пишет и популярнейший в США бизнесмен Ф. Роджерс — вице-президент компании «ИБМ» по маркетингу. «К счастью для нашего общества, на смену прежнему поколению с его лозунгом «иметь» пришло новое, как я его называю, поколение с лозунгом «быть». Это значит, что, опираясь на ваши знания и способности, вы можете стать тем, кем хотите быть. Люди хотят быть кем-то, они хотят отдавать и не хотят быть только получателями» [4, с. 87]. Он имеет в виду, что в общественном сознании все больше утверждается оценка значимости человека не по тому, чем он владеет, а по тому, что он представляет собой как личность. Естественно, чем меньше положение индивида в обществе будет определяться набором материальных ценностей, обладателем которых он является, тем меньше будет нужна в тех товарах и услугах, которые были предназначены для обеспечения престижа. Может показаться странным такое обильное цитирование американских экономистов. В советской литературе еще в 60-е гг. неоднократно высказывалась мысль об опасности вещиизма, но поскольку мы не имели насыщенного рынка, то ее авторов часто обвиняли в тенденциозности. Мол, не умея создать изобилие вещей, мы пытаемся доказать его нецелесообразность. Поскольку американских экономистов в этом грехе обвинить нельзя, их свидетельства представляются более убедительными.

Все вышеизложенное позволяет нам прийти к выводу, что прошлый опыт не может быть доказательством безграничности потребностей индивидов и составляющих общество институтов. В каждом конкретном случае (для той или иной страны, для того или иного периода) необходимость и темпы экономического роста должны определяться на основе специального анализа. Первым этапом этого анализа должна быть выработка научно обоснованного представления об образе жизни индивидов, к которому стремится общество: какими должны быть рациональное питание, жилище, мебель, одежда, градостроительство, каким количеством свободного времени должен располагать человек и как его использовать для своего духовного развития.

Формирование такого представления о желаемом образе жизни должно стать постоянным процессом, рождающим массу противоречивых теорий и суждений. И целью этого процесса должен быть не директивно кем-то утверждаемый стандарт, а созревающее в общественном сознании представление о том, каким должен быть образ жизни среднего человека. Речь, безусловно, идет не о том,

чтобы государственные органы предписывали, кому что есть, что носить и в скольких комнатах жить. Имеется в виду, что общество должно создать условия для привлечения ученых к изучению этих проблем и пропаганде результатов их исследований. Когда людям становится известно, что излишнее потребление углеводов вредит их здоровью, то их легче убедить уменьшить потребление. Получивший хорошее воспитание человек не будет навешивать на себя в изобилии драгоценности, даже если состояние позволяет ему это сделать. Таким образом, общественное сознание, мораль, если они сформированы на научной основе, а не управляются какими-то слоями общества в корыстных целях, могут стать тем регулятором потребностей, который позволит обществу рационально расходовать создаваемые им блага и определять разумный объем их производства. Имея возможность прогнозировать потребности по укрупненным группам товаров и услуг, общество могло бы вырабатывать рекомендации для товаропроизводителей, чтобы те могли заниматься стратегическим планированием. На этом этапе выработки рекомендаций по намечаемым объемам производства определится и необходимость экономического роста.

Кому-то предлагаемая трактовка одной из важнейших экономических целей может показаться рецидивом командных методов в экономике. Но это не так. Речь идет о сознательном выборе цели. Ведь парадоксально, что, научившись проектировать машины и процессы, прогнозировать будущее крупнейших предприятий и компаний, люди до сих пор не пришли к пониманию необходимости научного выбора целей. Причина, очевидно, заключается в том, что неоклассическая политэкономия, являющаяся идеологией чисто рыночной экономики, вообще отвергает сознательное начало в создании пропорций между отраслями, определении масштабов производства. Не случайно Альберт Эйнштейн сказал: «Представляется, что для нашей эпохи характерны совершенство средств и путаница целей» [5, с. 97]. Но чем более взаимосвязанным становится общественное производство, тем очевиднее необходимость участия государства в планировании. Крупные корпорации уже не в состоянии эффективно заниматься стратегическим планированием, не имея серьезного прогноза о состоянии экономики в целом на несколько лет вперед. Президент крупнейшей американской автомобильной корпорации Ли Якокка высказался по этому поводу следующим образом: «Я возлагаю вину на идеологов, которые исповедуют принцип, согласно которому всякое вмешательство государства в экономику каким-то образом подрывает нашу систему свободного рынка... По мере того, как мы все больше отстаем от Японии, становится все очевиднее, что существует такое явление, как далеко недостаточное вмешательство» [6, с. 354]. И он же продолжает: «Можно ли считать планирование антиамери-

канским понятием? Мы у себя в корпорации «Крайслер» ведем большую плановую работу. И так же действует любая преуспевающая корпорация... Правительства во всем мире планируют — исключение составляет лишь правительство США» [6, с.361]. И он прав в том, что в таких странах, как Япония, Франция, где особенно серьезно занимаются государственным планированием, успехи в развитии экономики особенно впечатляют. Мы сейчас не будем останавливаться на том, как там осуществляется планирование народного хозяйства (это будет сделано в пятой главе). Отметим только, что социально ориентированной рыночной экономике планирование не противопоказано. Но если существует планирование, то должны быть и научно обоснованные цели, на достижение которых оно направлено. А для этого необходимы крупные исследовательские центры, финансируемые государством. Возьмем, например, вопрос о том, каким количеством свободного времени должен располагать человек и как оно должно использоваться. Ясно, что для получения ответа на этот вопрос необходима целая программа исследований с привлечением специалистов по социологии, психологии, педагогике, медицине, спорту и т. п. К обсуждению результатов этих исследований должны широко привлекаться деятели культуры и общественность. Таким образом должно вырабатываться общественное мнение.

Мы уже знаем, к чему привело увеличение свободного времени, когда в нашей стране в 60-е гг. без должной подготовки перешли на два выходных дня. Да и в промышленно развитых странах, создавших для использования свободного времени целую индустрию развлечений, вряд ли кто-то может утверждать, что этот путь способствует духовному и физическому расцвету личности.

Такое бессмысленное расходование миллиардов человеко-часов имеет место потому, что общественное сознание оказалось неподготовленным и не было обеспечены возможности для продуктивного использования свободного времени.

Решение таких проблем возможно только на государственном уровне. Ни одна частная компания не в состоянии этим заниматься, хотя многие из них заинтересованы в разработке подобных прогнозов.

Свободное время мы взяли только как пример. Аналогичные исследования должны проводиться по вопросам питания, здравоохранения, жилищного строительства. Кому-то такая постановка вопроса может показаться неактуальной. Стоит ли во время кризиса, когда не хватает продуктов первой необходимости, говорить о разработке концепции образа жизни и расходовании немалых средств на проведение специальных исследований? Нам представляется это очень актуальным по двум причинам. Во-первых, предстоит серьезная структурная перестройка российской экономики. Эта струк-

турная перестройка, осуществляемая стихийно, без каких-либо ориентиров, будет сопровождаться большими потерями. Например, начав для насыщения рынка наращивать производство легковых автомобилей по зарубежным нормам, просто копируя европейский и американский опыт, мы столкнемся с серьезными проблемами в городах (отсутствие необходимой пропускной способности дорог, площадей для гаражей, стоянок для автомобилей), трудностями междугородного сообщения при наших расстояниях, с отсутствием развитой автомобильной инфраструктуры. Мощности по производству легковых автомобилей и отрасли, их комплектующие, через какое-то время могут оказаться незагруженными. Но если начать с изучения вариантов оптимального решения транспортной проблемы, в том числе соотношения общественного и личного транспорта, с анализа зарубежных исследований по этой проблеме, то может оказаться, что России будет достаточно производить 2,5—3 млн легковых автомобилей в год, а не 5—6 млн. Как бы ни было дорого такое исследование, оно намного дешевле, чем создание ненужных мощностей и автомобилей. Во-вторых, приступив немедленно к созданию концепции российского образа жизни, самим фактом таких исследований мы могли бы привлечь внимание общества к этому вопросу, повлиять на формирование мировоззрения подрастающего поколения. Ведь если малыш заявляет по центральному телевидению: «Хочу быть миллионером», а школьник мечтает не об интересной работе, а о больших заработках, то это чревато самыми тяжелыми последствиями. В то время как во всем мире уже пришло понимание того, что современное производство невозможно без человека, творчески в нем участвующего, что «важнее быть, чем иметь», мы рискуем вырастить поколение потребителей, интересующихся только тем, сколько они будут получать.

Нетрудно предположить, что кому-то высказываемые здесь мысли покажутся попыткой навязывания определенной идеологии. Но речь идет не о том, чтобы навязать обществу какой-то образ жизни, а о том, чтобы создать условия и побудить к размышлению над тем, какими мы хотим быть.

Рассуждения о том, что все должно происходить само собой, естественным путем, представляются нам глубоко ошибочными. Стихийное развитие было возможным, когда народное хозяйство каждой страны состояло из миллионов самостоятельно действующих единиц. Несогласованность их действий периодически приводила к кризисам, но в периодах между ними противодействия уравнивались, как в любой стохастической системе. Сейчас, когда зачастую несколько сотен фирм определяют экономику страны, действия каждой из них могут повлиять на условия ее существования, произвольные, не контролируемые обществом дей-



ствия становятся невозможными. Это нашло уже отражение в законах о безопасности, экологичности, об использовании природных ресурсов, в антимонопольных законодательствах развитых стран. Но если практикой доказана необходимость согласования действий, то уж тем более очевидна необходимость согласования целей, на достижение которых эти действия направлены.

Может еще возникнуть следующий вопрос. А что если результаты расчета потребностей покажут, что в данной стране в данный период времени нецелесообразен экономический рост? Не приведет ли это к застою в науке и технике и, следовательно, в экономике? Наверняка, нет. Потому что всегда остаются задачи повышения качества продукции (удовлечения тех же потребностей более совершенными способами и с меньшими затратами ресурсов) и задача повышения эффективности производства. Так же как прекращение наращивания объемов в отдельных отраслях развитых стран (металлургии, сельхозмашиностроении, цементной промышленности и др.), имевшее место в 70—80-х гг., не привело к стабильному застою в их экономике, так и остановка роста производства материальных благ в целом не должна обязательно вызывать снижение деловой активности.

Вторая экономическая цель общества — рост экономической эффективности — представляется нам бесспорной. Поэтому предлагаем перейти сразу к третьей цели — обеспечению полной занятости. По этому поводу нет единого мнения. Есть противники полной занятости, обосновывающие свою позицию следующим образом:

1) полная занятость лишает общество свободных трудовых ресурсов, которые необходимы рыночной экономике для саморегуляции свободного перелива капиталов из менее прибыльных отраслей в более прибыльные;

2) полная занятость аннулирует один из могучих стимулов, побуждающих к дисциплинированности на производстве, — опасение потерять работу.

Поэтому, считают они, обществу выгоднее тратить какие-то средства на создание приемлемых условий существования безработных, чем иметь недостаточно эффективное производство и недостаточно мотивированных работников.

Эти аргументы противников полной занятости, на первый взгляд, достаточно логичны, но они не учитывают влияния технической революции на массовое производство. Во-первых, даже имея трудовые резервы, невозможно быстро укомплектовать вновь создаваемые или расширяемые производства работниками требуемой квалификации. Не существует единого рынка труда. Он разбит на сегменты. Давно прошли те времена, когда достаточно было предложить приемлемую заработную плату, чтобы привлечь



работников. Это подтверждается и отечественным, и особенно зарубежным опытом. При наличии армии безработных высокотехнические производства испытывают постоянный дефицит работников.

Подготовка специалистов занимает столько времени и так дорого стоит, что свободный перелив рабочей силы может касаться только работников низкой квалификации. Но именно они-то и не нужны современному производству, и потому армия безработных в основном из них и состоит. Японская система «пожизненного найма» не случайно привлекает все большее внимание в развитых странах. То, что инвестиции в человеческий капитал самые эффективные, известно всем, но не все в состоянии их осуществлять, поскольку для предприятия с высокой текучестью кадров это бессмысленно.

Во-вторых, для высокотехнических современных производств мало дисциплинированности работников. От них требуется большее, а именно творческое участие в производстве, особенно на тех рабочих местах, где труд носит преимущественно умственный характер. Страх потерять работу может повышать исполнительность, но никак не стимулирует творчество. То, что «страх — яд для мозгов», сегодня не вызывает сомнений. Поэтому многие специалисты по управлению, руководители-практики приходят к убеждению, что страх, приемлемый как метод мотивации для неквалифицированного труда, совершенно неэффективен для творческого труда на современном производстве. Соответственно и опасение потерять работу вызывает лишь безразличие к интересам предприятия, не может быть стимулом к творческому участию в производственном процессе, без которого невозможен успех в условиях напряженнейшей конкуренции на насыщенном рынке.

В-третьих, полная занятость является одним из условий социальной стабильности. Только при этом гарантируется право на труд, являющееся одним из неотъемлемых прав человека.

Изложенные доводы, по нашему мнению, позволяют считать полную занятость одной из обязательных экономических целей. В России эта цель должна быть еще дополнена требованием полной занятости не только в масштабах страны, но и по месту проживания. При отсутствии вакантного жилья миграция внутри страны оказывается чрезвычайно затрудненной. Человеку, потерявшему работу в Шадринске, не будет легче от того, что есть рабочие места в Каменск-Уральском, если он не обеспечен там жильем. Это дополнительное требование значительно усложняет проблему, но не принимать его во внимание — значит уходить от реальности.

Перейдем к следующей цели — обеспечению устойчивости валюты. По этому вопросу тоже нет единого мнения. Значительная часть экономистов считает, что стабильность валюты — гуманная, но нереальная да и не очень-то обязательная цель. Сторонники

этой позиции полагают, что высокая степень занятости и объединение рабочих в профсоюзы неизбежно приводят к инфляции, поскольку руководители предприятий вынуждены соглашаться на требования профсоюзов о повышении заработной платы и затем переносить повышенные издержки в увеличенные цены. Возрастающие цены, в свою очередь, являются основанием для требований рабочих о росте заработной платы... По мнению этих экономистов, важно, чтобы не снижался жизненный уровень, т. е. чтобы рост заработной платы опережал рост цен.

В самом деле, с точки зрения оплаты живого труда размер инфляции не имеет большого значения. Можно оценить час труда заработной платой размером в 1 р., 10 р. или 1000 р. Если все соблюдают один и тот же масштаб, то величина эквивалента безразлична. Но эти экономисты забывают, что обесценивается прошлый труд индивидов — их денежные сбережения. Отец западногерманского экономического чуда Людвиг Эрхард по этому поводу говорил: «Устойчивость валюты следует включить в число основных прав человека... каждый гражданин вправе требовать от государства ее сохранения» [7, с. 20]. Действительно, человек, соглашаясь ограничить потребление, часть своего труда не обменивает на товары немедленно, а откладывает, надеясь в нужный момент получить его эквивалент. Гарантом такой возможности выступает государство. И если деньги обесцениваются, то это означает, что государство не выполняет своих обязательств гаранта. Оно в этом случае обкрадывает граждан, вверивших ему сбережения. Это приводит к неоправданному росту потребления. Не желая снова быть обманутыми, индивиды с наступлением инфляции стремятся весь доход немедленно превратить в товары по сегодняшним ценам. Уменьшаются сбережения, а следовательно, снижается возможность инвестиций в производство, обеспечивающих рост производительности труда. Страна начинает проедать свое будущее. Именно такую картину мы наблюдаем сегодня в российской экономике. Гиперинфляция не только обесценила сбережения граждан, но и породила нежелание иметь их в будущем. Причем накапливать денежные ресурсы не желают не только индивиды, но и предприятия. Они тоже стремятся немедленно превратить заработанные деньги во что-то материальное (сырье, материалы, оборудование). Потребление гипертрофируется в ущерб серьезным реконструктивным мероприятиям, требующим крупных инвестиций, а следовательно, накопления денежных средств.

Описание гиперинфляции, данное Макконнеллом и Брю, как нам кажется, очень напоминает экономическую ситуацию в России в конце 1993 г. «Чтобы их неиспользованные сбережения и доходы не обесценились, т. е. чтобы опередить предполагаемое повышение цен, люди вынуждены «тратить деньги сейчас». Предприятия

поступают так же, покупая инвестиционные товары. Поступки, диктуемые «инфляционным психозом», усиливают давление на цены, и инфляция начинает «кормить сама себя»... Конечным результатом является кумулятивная инфляционная спираль затрат и цен... Производство и обмен со скрипом двигаются к остановке, и в конечном итоге может наступить экономический, социальный и, очень возможно, политический хаос» [1, с. 171]. Поэтому отнесение стабильности валюты к разряду важнейших экономических целей нам представляется обязательным.

Относительно неизбежности инфляции при полной занятости и объединении рабочих в профсоюзы можно высказать сомнение. Известно, что если рост производительности труда опережает рост заработной платы, то инфляции можно избежать либо существенно снизить ее темпы. Именно так поступали в Австрии, ФРГ, Скандинавии. Поэтому, вводя такие законодательные ограничения, можно предотвращать инфляцию, если только измерение роста производительности труда производится правильно, т. е. действительно характеризует производство благ на единицу труда.

Экономическая свобода понимается как высокая степень независимости управляющих предприятиями, рабочих и потребителей в их экономической деятельности.

Наконец, последняя цель — справедливое распределение доходов. По этому поводу среди экономистов тоже нет единого мнения. Есть противники такого целеполагания. Они обосновывают свою позицию следующим образом. В условиях рыночной экономики основополагающим принципом является эквивалентный обмен товарами, услугами между субъектами экономического процесса. Точно так же каждый член общества должен получать в свое распоряжение количество благ, эквивалентное своему вкладу в процесс общественного производства. Этот вклад может определяться количеством и качеством живого труда индивида и принадлежащей ему собственности, участвующей в экономическом процессе. Желая удовлетворить свои потребности, индивид вынужден увеличивать свой вклад. Если же общество будет распределять блага не эквивалентно вкладу, а ориентируясь на потребности, то исчезнет главный мотив экономической активности индивидов. За этим последует снижение роста общего благосостояния, в том числе и тех, кто и раньше был обеспечен ниже среднего уровня. При неравенстве бедные получали благ с каждым годом все больше, оставаясь относительно бедными. При равенстве они перестают быть относительно бедными, но зато и перестают богатеть абсолютно. Конечно, противники справедливого распределения не исключают полностью необходимость оказания помощи хронически нетрудоспособным, инвалидам и т. п., но считают такое перераспределение исключением, а не правилом.

Эта, на первый взгляд, логичная аргументация не подтверждается современной экономической практикой. Если сравнить темпы роста производительности труда за последние 10—15 лет в США и западноевропейских странах, особенно во Франции, Германии, Скандинавских странах, то преимущество будет за Западной Европой [9]. И это при том, что в социально-ориентированной экономике этих стран перераспределение дохода через государственный бюджет значительно выше, чем в США, т. е. больше практикуется уравнивание в распределении. По логике противников справедливого распределения следовало бы ожидать меньшую заинтересованность в результатах своего труда у западноевропейских работников, поскольку их благополучие меньше зависит от непосредственного вклада, оцененного в виде заработной платы. Почему же рост производительности труда и в целом по этим странам, и по ряду крупных фирм в Европе выше? По оценке целого ряда специалистов, социальная защищенность западноевропейских работников является, наоборот, важнейшей предпосылкой их высокопроизводительного труда. Еще Генри Форд писал, что если у рабочего не болит голова о том, чем будут накормлены его дети, то он работает лучше. «Кто хорошо живет, тот хорошо и работает» [10, с. 108]. При высокотехническом производстве, которое явилось следствием научно-технической революции, как мы уже отмечали ранее, умственная деятельность работников является главным содержанием их труда. А в этом случае страх перед неблагополучием не повышает, а снижает результативность труда. Это отмечают такие признанные авторитеты в управлении, как Питерс, Уотермен, Якокка, Роджерс и др. Они утверждают, что компания обязана так решать проблемы своих сотрудников, чтобы беспокойство о благополучии семьи не мешало им сосредоточить все внимание на выполнении стоящих перед ними задач [11, 12, 4, 6].

Роджерс, например, считает, что для того, чтобы решить свои проблемы, человек не должен быть вынужден «лезть вон из кожи и надеяться на удачу. Гарантированная оплата, отпуска, страхование, пенсионное обеспечение должны создавать у него чувство уверенности» [4, с. 230]. Мотивация к высокопроизводительному труду, по мнению названных специалистов, заключается в признании достижений, превышающих определенную норму.

Итак, опасения относительно утери стимула к высокопроизводительному труду при справедливом распределении не подтверждаются. Кроме того, современное производство делает труд настолько взаимообусловленным, что и оценить индивидуальный вклад каждого работника, а иногда и предприятия, становится все труднее и труднее. Поэтому распределение по вкладу зачастую становится не только не всегда эффективным, но и не всегда возможным.

Именно поэтому передовые компании все чаще применяют коллективную оценку труда.

И еще одно важное обстоятельство. Благополучие общества все больше зависит от состояния здоровья, квалификации, уровня образованности и культуры его членов. Поэтому все чаще говорят об эффективности «инвестиций в человеческий капитал».

По оценке Беккера, лауреата Нобелевской премии 1992 г., инвестиции в человеческий капитал могут давать прибыль до 22%. Такой прибыли не дают даже инвестиции в новейшие технологии. Возникает вопрос: что рациональнее — когда индивиды или частные компании осуществляют инвестиции в человеческий капитал или же когда это делает общество. Опыт развитых стран свидетельствует о том, что наиболее целесообразен путь общественных инвестиций, когда заботу об образовании, здравоохранении и культуре берет на себя государство. Это один из очень важных каналов справедливого общественного распределения благ.

С учетом изложенного справедливое распределение доходов определяется нам обязательной экономической целью.

Определение набора целей с установлением приоритетов между ними и выработка конкретных программ их достижения составляют суть экономической политики.

## 1.2. Планово-рыночная экономика высокоразвитого общества

Современная технология массового производства требует участия множества людей, огромного количества средств производства. Множество людей может результативно работать только при наличии организации, т. е. какого-то упорядоченного взаимодействия. Огромное количество средств производства требует больших капиталов. Из этого вытекает, что гигантские корпорации — объективное следствие научно-технического прогресса. Поэтому никакие антимонопольные законодательства не избавят от них. Сегодня есть компании, на предприятиях которых работает по 300—700 тыс. человек. Это «Дженерал Моторс», «ИБМ», «Тоёта», «Ниссан», «Ролс-Ройс», «Рено», «Фольксваген» и др. Их валовой доход соизмерим с доходом некоторых европейских стран. Так, в «Дженерал Моторс» числится 750 тыс. работающих, а ее акциями владеют 957 тыс. человек. Такие огромные системы не могут успешно функционировать, если они вынуждены непрерывно изменяться, подвергаясь непредвиденным воздействиям со стороны окружающей среды. Почему же?

Упорядоченные взаимоотношения между людьми не могут часто изменяться, иначе они не будут упорядоченными. А без упорядоченности невозможно взаимодействие в организации.

Массовое производство основано на повторяемости процессов. Это основа механизации, автоматизации, конвейеров, поточных

линий, в создание которых вкладывается огромный капитал. Чтобы получить от этих капиталовложений отдачу, необходимо какое-то время. Неожиданные воздействия внешней среды (изменение рыночной ситуации, политической обстановки) могут потребовать изменения всех этих средств производства до того, как капиталовложения в них принесут отдачу. Это чревато тяжелыми последствиями или даже гибелью компании.

Следовательно, крупномасштабное массовое производство, являющееся основой современной цивилизации, по своей природе инерционно. Оно неспособно быстро приспосабливаться к постоянным колебаниям конъюнктуры на рынке. Это его недостаток, но он существует объективно.

Чтобы устойчиво существовать, такие крупные компании должны, с одной стороны, по возможности точно предвидеть неизбежные изменения внешней среды, а с другой стороны, иметь возможность воздействовать на внешнюю среду, чтобы предотвратить те ее изменения, которые не являются неизбежными.

Поэтому стремление руководства компаний влиять на политику, ценообразование, квоты — это не плод больного самолюбия, а объективно необходимое условие существования крупной организации. Точно так же необходимо и планирование деятельности компаний. Отсюда и название той части народного хозяйства, которая является совокупностью крупных корпораций, — «планирующая система», введенное в оборот Д. Гэлбрейтом. В его трактовке народное хозяйство современных капиталистических стран представляет совокупность «планирующей» и «рыночной» систем.

Предприятия, входящие в «рыночную систему», создаются в следующих случаях:

- там, где работа не может быть стандартизирована в силу своей неповторяемости или где географическая разбросанность объектов мешает централизации управления (строительство, сельское хозяйство, службы технического сервиса). В этих ситуациях становится невозможным применение технологии с дорогостоящим оборудованием и мощной организации;

- там, где требуются услуги, связанные с персональным вниманием;

- во всех случаях, когда работа сопряжена с причастностью к искусству;

- в тех случаях, когда ограничения накладываются законом (не допускается объединение частнопрактикующих медиков, юристов в корпорации).

Итак, в экономике существуют отрасли, где концентрация капиталов неизбежна, но есть и такие, где она невозможна. В США существует тысяча гигантских компаний и 12 млн мелких фирм.

Как мы уже отмечали, корпорации «планирующей системы» не способны существовать в той рыночной экономике, которая описывается неоклассической политэкономией. Они недостаточно динамичны, чтобы реагировать на колебания рыночной конъюнктуры.

Согласно экономистам-неоклассикам, при рыночной экономике что производить определяется желанием потребителя, как производить — конкуренцией изготовителей, для кого — источниками, из которых складываются доходы покупателей. Субъекта, управляющего экономикой, нет. «Невидимая рука» рынка управляет обществом, а государство должно играть роль «ночного сторожа», который охраняет рынок, но не вмешивается в его работу. Стремление к максимизации прибыли заставляет производителей выполнять требования рынка. Конечно, и экономисты-неоклассики понимают, что чисто рыночная экономика сегодня невозможна. Они понимают, что какое-то вмешательство общества неизбежно. Но главенствующими, по их мнению, являются рыночные отношения, а планирование рассматривается как неизбежное зло. На самом же деле крупная промышленность просто не в состоянии жить без планирования.

Предприятия «рыночной системы» ближе к неоклассической модели, но тоже полностью ей не соответствуют, поскольку они стремятся найти защиту от стихии в государственном вмешательстве (так, фермеры требуют установления минимальных цен на сельхозпродукцию, чтобы перерабатывающие компании не устанавливали цены ниже этого минимума) и ассоциировании, чтобы уменьшить экономический риск.

«Невидимая рука» рынка не устраивает ни «планирующую», ни «рыночную» систему. Но если корпорации способны бороться со стихией рынка благодаря своей мощи (навязывать цены, через посредство государства воздействовать на квоты, стандарты), то предприятия «рыночной системы», в силу своих малых размеров, беспомощны. Их это не устраивает. Поэтому в последнее время появилась тенденция к ассоциированию этих разобщенных доселе производителей. Ассоциации фермеров, как мы уже отметили, добиваются от правительства контроля над ценами. Ассоциации строителей требуют, чтобы право на подряд имели только строительные организации, обладающие патентом. Таким образом они пытаются ограничить появление новых подрядчиков. Ассоциации врачей, юристов добиваются права на аккредитацию желающих пополнить их ряды, чтобы тем самым ограничить конкуренцию.

Итак, мы видим, что неоклассическая модель устраивает только ее авторов. В жизни изготовители всегда стремятся найти способ противодействия стихии. Чем же можно объяснить такую популярность этой теории?



В первую очередь — ее явной привлекательностью для потребителя. Ведь по этой теории именно потребитель — царь и бог рыночной экономики. Это его желания — закон для изготовителей. Эту иллюзию охотно поддерживают крупные компании. Им гораздо выгоднее, чтобы потребитель оставался в этом приятном заблуждении. Ведь это выглядит так демократично. Той же «Дженерал Моторс» выгоднее, чтобы потребители считали, что она выполняет заказ общества, чем если бы они поняли, что компания формирует этот заказ сама, умело воздействуя на желания потребителей. Поэтому получается, что именно те, кому рыночная модель органически противопоказана, больше всего говорят о ее достоинствах. Но это до тех пор, пока доктрина свободного предпринимательства не задевает их кровные интересы. В этом отношении очень характерны признания Ли Якокки, президента компании «Крайслер», в книге «Карьера менеджера». Он всегда был ярым противником государственного вмешательства в экономику. Но когда возглавляемой им компании стало угрожать банкротство, он настоял на государственной поддержке в виде займа в 1,5 млрд дол., т. е. на том самом вмешательстве, противником которого он был до тех пор. А своим оппонентам, апеллировавшим к принципам свободного предпринимательства, он резонно возразил, что если 140 тыс. работников компании «Крайслер» окажутся безработными, то государству придется взять на содержание около 600 тыс. человек. Это обойдется обществу гораздо дороже, чем заем в 1,5 млрд дол., тем более что этот заем будет возвращен, если компания выкарабкается, как оно впоследствии и случилось.

Этот пример показывает, что чисто рыночный механизм в современных условиях не срабатывает.

В соответствии с чисто рыночной моделью изготовители, узнав через рынок, в чем существует наибольшая потребность, сосредоточивают свои усилия на ее удовлетворении. Рассмотрим, насколько это реально в современных условиях.

1. Известно, что для разработки и постановки на производство новой продукции требуется несколько лет. Если это продукция технически сложная, то потребуется 3—5 лет. Если изготовитель начнет заниматься созданием такой продукции только тогда, когда через рынок узнает о существовании потребности в ней, то и удовлетворение потребности наступит только через несколько лет. Такой способ удовлетворения потребностей привел бы к задержке технического прогресса, а для конкретной компании — к потере позиций на рынке. Поэтому изготовитель вынужден опережать требования потребителя, т. е. узнавать о будущих потребностях до того, как об этом заявит рынок.

Это связано с большим риском, поскольку разработка и освоение новой продукции при современном фондсемком производстве



стоят огромных средств, и ошибка может повлечь огромные потери или даже крах компании. Желая избежать этого, изготовитель занимается маркетинговой деятельностью, т. е. еще до начала производства старается обеспечить гарантии сбыта. Следовательно, он не надеется на рыночную стихию, а заранее планирует потребность, соответствующую его возможностям.

2. Для того чтобы быстро перестраивать производство, должен быть рынок сырья. Глубокая специализация материалов, комплектующих изделий, производства и дифференциация продукции на многочисленные подвиды привели к тому, что зачастую немедленно найти на рынке материалы того качества и в том количестве, которое необходимо, невозможно. Поставщику, как и самому изготовителю, необходимо время. Значит, и в этом отношении немедленное реагирование на запросы рынка не всегда возможно.

3. Еще более острой проблема времени становится, когда речь идет о приобретении средств труда (машин, оборудования, технологических комплексов). Здесь тем более мала вероятность купить на рынке немедленно то, что необходимо, если речь идет не об универсальном оборудовании. Но поскольку ускорение НТП приводит ко все большей специализации, то применение универсальных машин все менее вероятно. Требуется заблаговременно (иногда за несколько лет вперед) заказывать технику для конкретных условий. Но для этого необходимо планировать будущее, а не полагаться на рыночную информацию о сегодняшней конъюнктуре.

4. Создание в целях удовлетворения новых потребностей новых производств или модернизация действующих требуют рабочей силы. Свободный перелив рабочей силы всегда считался одной из главнейших предпосылок существования рынка. Когда от рабочих не требовалось высокой квалификации, достаточно было предложить более высокую заработную плату, чтобы обеспечить себя необходимым количеством работников. Но никакая, даже самая высокая заработная плата не обеспечит привлечение в короткий срок специалистов высокой квалификации в определенной узкой области. Таких специалистов надо готовить заранее.

Итак, современное массовое производство не создает условия, необходимые для достаточно быстрого реагирования на запросы потребителей. Корпорации вынуждены планировать свое развитие и воздействовать на окружающую среду, чтобы реализовать свои планы.

### 1.3. Экономические цели коммерческих организаций

Широко распространено представление о том, что при рыночной экономике главной целью функционирования любой коммерческой организации (промышленного предприятия, торгового учреждения, строительной организации и т. п.) является получение максималь-

ной прибыли. Это лейтмотив многих рассуждений в таких фундаментальных работах, как учебники по экономике Самуэльсона, Нордхауза [14] и Макконнелла, Брю [1, 15]. Большинство экономических теорий построены на предположении, что решения, принимаемые товаропроизводителями в различных экономических ситуациях, направлены всегда на получение максимальной прибыли. Это суждение настолько распространено среди отечественных экономистов, что когда в 1987 г. создавалось Положение о государственном предприятии, главной целью его функционирования было определено получение максимальной прибыли. И надо сказать, что единственный показатель, который успешно выполнили государственные предприятия в последующие годы, был показатель прибыли. Ежегодно снижались объемы производства и жизненный уровень, но прибыль росла, заставляя усомниться в правильности поставленной перед предприятиями цели. Несмотря на это и в «Положении о коммерциализации государственных предприятий с одновременным преобразованием в акционерные общества открытого типа», утвержденном Указом Президента Российской Федерации от 1 июля 1992 г. № 721, сказано, что основной целью акционерного общества является получение прибыли.

Но не все разделяют убежденность в приоритете максимизации прибыли среди целей, стоящих перед предприятиями. Просуществовав 50 лет, Гарвардская школа бизнеса обнаружила, что в ее арсенале до сих пор нет определения коммерческой деятельности, управление которой является объектом ее изучения. Это выяснилось при подготовке юбилейного собрания. Тогда и родилось классическое определение: «Коммерческая деятельность существует для того, чтобы с прибылью удовлетворять потребительские требования» [16, с. 18]. Как видим, здесь нет упоминания о максимальной прибыли и сама прибыль не стоит на первом плане. На первом плане находится удовлетворение потребителей.

Генри Форд неоднократно обращал внимание на вторичность прибыли по сравнению с полезностью для общества деятельности компании: «Доходность должна получаться в результате полезной работы, а не лежать в ее основании» [10, с. 24]. «Делать дело на основе чистой наживы — предприятие в высшей степени рискованное. Это род азартной игры, протекающей неравномерно и редко выдерживаемой дольше, чем несколько лет» [10, с. 18]. И наконец: «Цель моя состояла в том, чтобы производить с минимальными затратами материала и человеческой силы и продавать с максимальной прибылью, причем в отношении суммарной прибыли я полагался на размеры сбыта» [10, с. 23]. Высказывания Форда представляют особый интерес, потому что подкреплены его блестящей экономической практикой.

Кейнс также утверждал, что «всякое производство имеет своей конечной целью удовлетворение потребителей» [24, с. 98].

А вот мнение Питерса и Уотермена: «Прибыль вроде здоровья. Вы нуждаетесь в ней, и чем ее больше, тем лучше. Но не ради нее вы существуете. Нужна всем понятная цель» [12, с. 110]. Подобно тому как здоровье не может быть целью человеческой жизни, но является условием успешной деятельности, так и прибыль не может быть целью функционирования компании, но является обязательным условием ее существования. Дж. Харрингтон, оценивая причины неудач США в 80-е гг., пишет: «Кратковременные прибыли считались более важными, нежели перспективная выгода. На первый план выступала максимизация фондов, а не удовлетворение требований заказчиков» [17, с. 22]. Аналогичные высказывания о примате удовлетворения потребителей перед прибылью встречаются у Якоки [6], де Лориана [18], Роджерса [4], Мацуситы [19], Исиавы [20], Гэлбрейта [3] и многих других.

Чем же объясняется такое расхождение в оценке прибыли между авторами неоклассической теории, с одной стороны, и экономистами-прикладниками и практиками бизнеса — с другой? Нам кажется, причиной расхождения является в первую очередь то, что экономическая теория рассматривает процессы в статике. На каждый данный момент действительно можно найти решение, максимизирующее прибыль, если закономерности и параметры экономического процесса (кривые спроса и предложения, предельные издержки, предельный доход и т. п.) известны и неизменны.

Эта теория появилась в те времена, когда изменения происходили столь медленно, что была возможность установить искомые закономерности и длительное время ими руководствоваться. Кроме того, огромное количество не очень крупных товаропроизводителей в совокупности создавало условия для чистой конкуренции. Динамические экономические теории, учитывающие непрерывную изменчивость условий сегодняшней экономики, только появляются. Бесспорно крупным достижением стало создание термодинамической теории неравновесных систем, автор которой И. Пригожин удостоен Нобелевской премии. Можно предполагать, что развитие этих теорий позволит находить решения, оптимальные не с позиций максимизации краткосрочной прибыли, а с учетом долгосрочных критериев.

Экономисты-прикладники и практики бизнеса давно почувствовали несоответствие между статической экономической теорией, провозглашающей максимизацию прибыли главной целью коммерческой деятельности, и реалиями экономики. Невозможность принятия максимальной прибыли в качестве главной цели, по нашему мнению, объясняется следующими причинами:

1. Любая система, в том числе и коммерческая организация, не может длительно существовать, если цель ее функционирования не обращена вовне, т. е. во внешнюю среду. Производство товаров и

услуг — это та внешняя по отношению к системе цель, которая оправдывает перед обществом существование, допустим, металлургического завода или ресторана. Получение прибыли — это их внутренняя цель, достижение которой позволяет им существовать. Но если поставить внутреннюю цель на первое место, т. е. прибыль поместить впереди продукции (ее количества и качества), то можно очень скоро лишиться потребителя. Таким образом внешняя среда отреагирует на пренебрежение к ней. Очень хорошо об этом сказал Питер Друкер: «Если мы хотим знать, что такое бизнес, мы должны начать с его цели... Существует лишь одно достоверное определение цели бизнеса — создание потребителя... Что потребитель думает о своей покупке, в чем он видит ее ценность — вот что имеет решающее значение, определяет сущность бизнеса, его направленность и шансы на успех» [21, с. 19]. Если не будет удовлетворен потребитель, предприятие прекратит существование, независимо от того, каким был уровень его прибыльности. Ибо прошли те времена, когда рынки сбыта можно было завоевывать силой оружия. Рынок сбыта можно завоевать и сохранить за собой (конечно, в условиях насыщенного рынка), только отдавая приоритет удовлетворению запросов потребителя, т. е. внешней цели, перед внутренней целью, прибылью.

В обыденной жизни эта идея примата внешней функции перед внутренней не вызывает сомнений. Разработчик автомобиля прекрасно знает, что он создается для транспортировки грузов, а не для экономии топлива. Это не значит, что разработчик не будет думать о том, как сделать автомобиль экономичным. Но все-таки, в первую очередь автомобиль должен ездить, а во вторую — быть экономичным. Экономия топлива — это условие, при невыполнении которого автомобиль может оказаться ненужным, но не главная функция, равно как и приемлемый уровень прибыли для предприятия является обязательным условием его существования.

2. Максимальная прибыль в текущем периоде может обернуться резким ее снижением в будущем. Не имея на вооружении теории, позволяющей прогнозировать и рассчитывать прибыль на длительный срок, говорить о максимуме прибыли в долгосрочном плане вообще некорректно. Можно говорить лишь о достижении приемлемого уровня прибыли в долгосрочном плане. Может возникнуть вопрос: а зачем надо думать о прибыли в долгосрочном плане, почему об этом не беспокоились раньше? Раньше, в эпоху чистого капитализма, когда перелив капитала из одной сферы в другую происходил достаточно быстро, не было такой жесткой необходимости прогнозировать будущую прибыль. Можно было ориентироваться на максимум текущей прибыли, предполагая, что при снижении рентабельности дело можно закрыть, изъяс капитал и вложив его в другое дело. Сегодняшнее производство настолько

капиталоемкое, специализированное и инерционное, что о безболезненном закрытии его не может быть и речи. Поэтому, поступившись ради сиюминутной выгоды долгосрочными интересами, можно либо обречь предприятие на длительный период низкорентабельного или даже убыточного существования, либо вообще потерять весь капитал, вложенный в него.

Итак, первой и главной целью предприятия (компании) следует считать удовлетворение запросов потребителей на таком уровне, чтобы каждый из них, став однажды клиентом данной организации, оставался им и в будущем.

Следующей важнейшей целью является сохранение коллектива предприятия. В сравнительно недавнем прошлом главной ценностью любого предприятия считались его основные средства — здания, сооружения, оборудование. При изменениях конъюнктуры увеличивали или уменьшали численность работающих, вплоть до массовых увольнений. Конечно, такие спады производства и сопутствующие им увольнения расценивались как крайне нежелательные, поскольку уменьшалась прибыль от капитала, вложенного в основные средства. Но это не рассматривалось как катастрофа, поскольку сам основной капитал существенно не обесценивался. Это было катастрофой для людей, оставшихся без работы, но не для самой компании, предприятия.

Усложнение оборудования и технологии, последовавшее в результате научно-технической революции, и перенос акцента с количества на качество продукции кардинально изменили ситуацию. Сегодняшнее производство требует от работников не только высокой квалификации, приобретаемой именно на данном производстве, но и фирменной культуры, идеологии, осознания ими себя единым коллективом. Потеря такого коллектива или части его в результате крупных сокращений влечет зачастую гораздо более тяжелые последствия, чем необходимость замены оборудования.

Понятие «человеческий капитал» и теория «человеческого капитала» не случайно занимают все большее место в работах экономистов. Чем богаче становится общество, тем менее дефицитными становятся денежные ресурсы. Если воспользоваться расчетами, приведенными в работе Макконнелла и Брю [15], то окажется, что в среднегодовом росте производительности труда 3,2% по США — на долю работников приходится около 1,5%, на долю капитала — 0,5% и на долю новых технологий — 1,2%. Подтверждается прогноз Маркса, согласно которому в составе производительных сил общества будет возрастать роль живого труда. На понимании этой возросшей роли живого труда основана стратегия японских промышленников. Имея возможность получить кредит по низким ставкам, компании не стремятся накапливать денежные ресурсы. Они безбоязненно вкладывают в новую технику нерасп-

ределенные прибыли и средства из амортизационных фондов, а при их нехватке берут кредиты. Главной ценностью компании считается коллектив, способный эту новую технику освоить. Освоив новую технику, компания расплачивается за кредиты, получает дополнительные прибыли, за счет которых осуществляет очередные нововведения. Главная движущая сила этого процесса бесконечного обновления — коллектив компании. Его сохранению служит система «пожизненного найма». Стабильность коллектива является предпосылкой для больших вложений в повышение квалификации, культуры, охрану здоровья его членов, а также предпосылкой формирования у них чувства единого целого, единой команды, без которого невозможно эффективное внедрение новых технологий. Это осознается наиболее преуспевающими компаниями всего мира. И все чаще в фирменной стратегии сохранению коллектива отводится роль важнейшей цели.

Третьей среди определяющих целей компании является задача достижения приемлемого уровня прибыли. Конечно, конкретный набор целей и их приоритетность могут быть различными в зависимости от размеров компании, сферы деятельности, но общая тенденция, по нашему мнению, выражается описанной триадой: создание потребителя, стабильность коллектива, приемлемая прибыль.

Достижение этих целей приводит к росту компании, повышению ее устойчивости и в результате к увеличению ее рыночной стоимости.

#### 1.4. Цели собственников

Обосновывая необходимость проведения приватизации в нашей стране, авторы этой концепции исходили из того, что превращение обезличенной общенародной собственности в частную собственность индивидов повысит эффективность ее использования. Предполагалось, что лично заинтересованные в получении доходов и возрастании собственности владельцы не допустят прежнего расточительного хозяйствования, обеспечат максимальное использование всех видов ресурсов и искоренение бюрократизма.

Поскольку наш собственный опыт приватизации еще невелик и первые результаты пока не дают оснований для особого оптимизма, имеет смысл обратиться к опыту промышленно развитых стран и проанализировать, какое влияние оказывают собственники на работу принадлежащих им предприятий и какие цели они при этом преследуют.

В эпоху классического капитализма, когда предприятия в основном были небольшими, собственник был, как правило, руко-

водителем. И как руководитель он оказывал огромное влияние на эффективность работы предприятия. Он определял организацию, состав оборудования, ассортимент продукции, систему оплаты и систему сбыта.

По мере роста предприятий и усложнения системы управления, как известно, функции собственности и управления начали разделяться. В настоящее время в крупных компаниях, определяющих лицо современного производства, собственники полностью отделены от управления, формально сохраняя за собой право назначения и увольнения управляющих. Предполагается, что, не занимаясь управлением непосредственно, собственники свою волю реализуют через нанятых ими управляющих. Де юре оно так и есть. А де факто все обстоит гораздо сложнее. Гигантские размеры компании приводят к возрастанию количества собственников, согласование действий которых становится все более сложным. Поэтому, имея право реализовать свою волю, они в силу некомпетентности и разобщенности имеют для этого все меньше возможностей. Кроме того, во многих странах происходит падение доли акций, принадлежащих физическим лицам. Особенно характерно это для Японии. По данным японского исследователя Х. Уэно, обследование 1000 крупных и средних фирм, проведенное министерством внешней торговли и промышленности показало, что только в 31 компании индивидуальные владельцы в совокупности владели более чем 50% акций [22, с. 26—27]. В 720 компаниях они имели менее 10% акционерного фонда. А в 200 наиболее крупных корпорациях доля индивидуальных владельцев была близка к нулю. Таким образом, в Японии владельцами крупной промышленности являются в основном юридические лица, среди которых, в свою очередь, выделяются две большие группы: промышленные компании, связанные между собой деловыми отношениями и взаимным участием в капитале, и институциональные инвесторы. К институциональным инвесторам могут относиться страховые компании, пенсионные фонды, банки, сберегательные кассы, инвестиционные фонды, траст-компании, профсоюзные фонды и т. п. Для институциональных инвесторов характерно отсутствие желания и возможности осуществлять свое право собственности через участие в управлении. Они зачастую приобретают неголосующие акции, по которым дивиденды выплачиваются в повышенном размере. Так же зачастую поступают и физические лица, осознавшие практическую бесполезность права голоса. В результате акционеры, т. е. собственники средств производства, зачастую лишаются не только фактической, но и юридической возможности влиять на ход событий. В работе «Японская экономика в преддверии XXI века» приводится мнение японских экономистов по этому поводу: «Акционеры практически полностью утратили возможность



влиять на положение дел в корпорациях... их общие собрания окончательно превратились в проформу, где почти без обсуждения, а часто и без единого вопроса, утверждаются подготовленные от имени Совета директоров решения» [23, с. 28]. Мы привели здесь данные по Японии как наиболее характерные, но аналогичные процессы происходят во всех странах. Правда, в США и Западной Европе роль институциональных инвесторов не так велика, как в Японии, но индивидуальные вкладчиков, способных влиять на решения, принимаемые руководством компании, почти не осталось. Собственники крупных компаний перестали быть их хозяевами. Об этом еще в 60-е гг. писал Гэлбрейт [13]. Он приводил данные исследования, проведенного в 1963 г. Лериером, согласно которым в 169 корпорациях из 200 менеджеры не находились под контролем собственников. «Отделение собственности от процесса управления приводит к полному пересмотру положения о максимизации прибыли», — говорит Гэлбрейт [13, с.123].

От вмешательства владельцев менеджеры избавляются посредством обеспечения приемлемого уровня доходов. В этом случае акционеры пассивны. Могли ли быть прибыли большими, им неизвестно. Об этом же писал позднее де Лориан, сетуя на то, что крупная корпорация стала ничьей, что ее долгосрочные перспективы никого не волнуют, акционерам нужны только текущие прибыли [18]. Таким образом, собственники из хозяев производства, рискующих всем своим состоянием, превратились в рэнтье. Осталась только форма. Акционеры избирают Совет директоров, который от их имени якобы контролирует деятельность высших менеджеров компании. Мы говорим «якобы», поскольку:

во-первых, Совет директоров не может компетентно руководить, если он не состоит из специалистов компании. Процесс управления стал настолько сложным, что люди, не находящиеся постоянно в гуще событий, при самой высокой квалификации не в состоянии компетентно оценивать предлагаемые на их усмотрение решения. По этому поводу Гэлбрейт иронически замечает, что если бы высшие менеджеры разбирались в психологии, «то в Совете директоров крупной корпорации заседали бы женщина, негр, убежденный борец за охрану окружающей среды, представитель потребителей и самый горячий из имеющихся проповедников безопасности продуктов. Все известные агитаторы нашли бы себе применение. Все встречались бы раз в месяц или квартал, задавали бы пронизательные вопросы, узнавали бы о ценности своих замечаний, получали бы обещания тщательного рассмотрения. И ничего бы не случилось» [13, с. 277—278]. Таким образом, если тех, кто критикует корпорации, впустить, казалось бы, в их святая святых, высший законодательный орган, то исполнительная власть сумеет так трансформировать их идеи, что все останется

без изменений. Это свидетельство крупнейшего знатока реальной экономической жизни. И причина не в чьей-то злой воле или нежелании менеджеров считаться с Советом директоров. Это реальное следствие усложнения управления. Об этом же говорит Х. Уэно [22]. Проведенные им опросы руководства средних и крупных компаний Японии свидетельствуют, что последнее слово принадлежит не Совету директоров, а администрации;

во-вторых, сам Совет директоров, призванный быть выразителем интересов акционеров, фактически комплектуется администрацией. Он избирается на собрании акционеров, но кандидатуры будущих членов Совета зачастую подбирают работники администрации. Став членами Совета директоров, эти представители акционеров хорошо помнят, от кого зависит выдвижение их кандидатур на следующий срок. Получается, что верховные правители компании на самом деле назначаются теми, с кого они должны спрашивать. И по-другому быть не может, так как неосведомленность рядовых акционеров относительно личных и деловых качеств специалистов, рекомендуемых на собраниях, не позволяет им иметь собственное обоснованное мнение. А в последнее время процесс этого завуалированного представительства в Совете директоров интересов администрации перешел в новую фазу — в Советах директоров, как свидетельствует Т. Насияма [24], большинство членов сами являются управленцами, занимают посты глав филиалов, отделов, управлений. Они лишь формально представляют «законодательную» власть, реально являясь ее исполнительной ветвью. Подлинным хозяином корпорации оказывается верхушка исполнительной власти.

Процесс перехода власти от собственников к техноструктуре (так Гэлбрейт назвал совокупность менеджеров высокого ранга и высококвалифицированных специалистов) получил в последнее десятилетие дальнейшее развитие. «Цели управляющих фирмой интеллектуалов, ее техноструктуры приобретают колоссальное значение. Не рынок определяет эти цели. Они переступили границы рынка, используют его как инструмент и становятся той колесницей, к которой общество если не приковано, то во всяком случае пристегнуто» [13, с. 125].

Собрания акционеров все чаще превращаются в хорошо поставленные шоу, где исполнительная власть компании делает вид, что она полностью подотчетна рядовым акционерам и их замечания готова рассматривать как руководство к действию. На самом деле все идет по заранее разработанному сценарию.

Итак, в крупных корпорациях собственники лишились реальной власти. Но в мелких компаниях, которые, по определению Гэлбрейта, составляют «рыночную систему», власть по-прежнему находится в руках собственников и их цели определяют судьбу компании.

Каковы же цели собственников малых предприятий? Первая их вынужденная и постоянная цель — обеспечивать приемлемый уровень прибыли. Они не имеют таких финансовых резервов, возможности получения кредитов, как крупные компании. Поэтому приемлемый уровень прибыли нужен им не в долгосрочном плане, а постоянно. Когда собственник малого предприятия оказывается перед выбором: расширить рынок сбыта или максимизировать прибыль сегодня, он в большинстве случаев отдает предпочтение решению, призванному упрочить положение предприятия, т. е. сохранить или приумножить собственность.

В условиях насыщенного рынка потеря потребителя может привести к обесцениванию средств, вложенных в дело. Это обернется большими потерями, чем снижение прибыли по сравнению с максимально возможной.

Означает ли отстранение собственников крупных корпораций от реальной власти, что судьба компании совершенно не зависит от их воли? Нет, такой вывод был бы излишне прямолинейным.

У акционеров остался один, но очень эффективный способ реагирования на положение дел в компании — они могут начать продавать акции. Массовая продажа акций ведет к их обесцениванию, прекращается кредитование, ухудшается производственная деятельность, что вызывает дальнейшее снижение курса акций. В итоге понижается рыночная стоимость компании, и ее кто-то покупает. Как правило, при этом меняется администрация как не сумевшая успешно вести дело. Таким образом вроде бы полностью потерявшие власть собственники могут отреагировать на неудачные, по их мнению, действия администрации. Поэтому следует выяснить, каковы интересы акционеров крупных корпораций, для чего они вкладывают деньги в акции. Считается, что главная их цель — получение дивидендов. Рассмотрим, так ли это.

Во-первых, играют ли дивиденды существенную роль в доходе среднего американца? По мнению большинства исследователей, удельный вес всякого рода поступлений от владения собственностью в годовом доходе американцев составляет 6—8%. Как видим, дивиденды не могут определять уровень жизни.

Во-вторых, размеры дивидендов по акциям не очень значительно отличаются от начислений на банковские вклады. Зачем же акционерам риск, связанный с владением акциями, если помещение денег в банк более безопасно, а разница в начислениях невелика?

Стимулом к вложению денег в акции является вероятность многократного возрастания основного капитала. Купив акцию процветающей компании за 1000 долларов, можно стать через несколько лет владельцем акции, рыночная цена которой будет составлять тысячи, а то и десятки тысяч долларов. Таких приме-

ров стремительного роста компаний, когда за несколько лет их рыночная стоимость многократно возрастала, можно привести достаточно много. Так, американская фирма «Джинентек», освоившая производство человеческого инсулина, выпустила в 1978 г. акции на сумму 7,5 млн дол. В 1981 г. их стоимость уже составляла 65 млн дол., в 1982 г. 5090 млн дол. Конечно, такое увеличение стоимости в 70 раз за 4 года — это исключение, но примеров многократного роста стоимости акций немало. Как правило, это акции небольших компаний, оказавшихся у истоков научно-технических новшеств. Акции крупных компаний не возрастают в цене так стремительно, зато существует гарантия сохранения их стоимости и вероятность стабильного роста. Люди азартные вкладывают деньги в малые предприятия. И хотя наряду с расцветом немногих удачливых происходит разорение многих неудачливых малых компаний, всегда находятся желающие рисковать.

Следовательно, первая цель акционеров — рост стоимости их акций.

Вторая цель — максимальные дивиденды. Эти цели зачастую не совпадают. Большие дивидендные выплаты в текущем году могут подорвать будущее компании и привести в конечном итоге к уменьшению рыночной цены акций в перспективе. Тогда акционеры потеряют на основном капитале гораздо больше, чем выиграли на дивидендах. Но для того чтобы разбираться в том, является ли снижение дивидендов временным обстоятельством и предвестием будущего роста цены акций или это свидетельство действительного ухудшения дел компании, надо быть достаточно компетентным и информированным. Большинство акционеров таковыми не являются. Для них всегда размер дивидендов — критерий благополучия компании. И при его снижении они начинают голосовать продажей акций, торпедируя будущее компании. Об этом с горечью пишут многие американские экономисты. Понимая необходимость приоритета долгосрочных целей перед сиюминутной выгодой, американские и, в значительной мере, западноевропейские менеджеры вынуждены отдавать предпочтение краткосрочной выгоде, чтобы не вызвать панику среди акционеров. Поэтому процесс уменьшения доли физических лиц среди акционеров можно назвать прогрессивным, благоприятствующим ускорению технического прогресса.

Решения институциональных вкладчиков определяются менеджерами этих институтов, которые, во-первых, компетентны и информированы и, во-вторых, не рискуют своим личным состоянием. Они для институтов-вкладчиков такие же наемные работники, как менеджеры компаний, в которые они вложили деньги. Не рискуя личным имуществом, зато будучи специалистами, они

способны квалифицированно и хладнокровно оценить степень обоснованности решений, направленных на достижение стратегических целей. Таким образом, можно отметить, что капиталистическое общество избавляется постепенно от одного из опасных недугов — ориентации на текущую прибыль, регрессивную роль которой отмечал в свое время К. Маркс. Особых успехов добились в этом отношении японцы, применяя следующие приемы:

1. В Японии существуют группы компаний, именуемые «сюдан». Компании объединяются в эти группы по отраслевому, территориальному принципу или технологической взаимосвязанности. Каждая из компаний, входящих в «сюдан», приобретает несколько процентов акций всех остальных компаний. В результате все они вместе взятые владеют контрольным пакетом акций каждой из компаний. Следовательно, совещание менеджеров этих компаний имеет право решающего голоса в делах каждой из них. Таким образом менеджеры этих компаний могут блокировать любые нежелательные предложения со стороны остальных акционеров. Кроме того, конечно, более стабильным становится положение всех этих компаний на рынке.

2. По сложившейся традиции дивидендные выплаты в Японии сравнительно невелики и постоянны. Если в отчетном году прибыль после уплаты налогов оказалась выше, чем это необходимо для дивидендных выплат, излишняя сумма направляется в резерв. Если в следующем году дела пойдут не так удачно, то из этого резерва можно взять средства для поддержания стабильного уровня дивидендов. В итоге колебания уровня текущей прибыли остаются за пределами осведомленности акционеров и, естественно, не могут стать причиной снижения курса акций без серьезных поводов.

Из 189 обследованных японских компаний 169 находились под полным контролем менеджеров и только 17 — под контролем акционеров. На долю индивидуальных собственников пришлось только 3 компании.

Заканчивая рассмотрение целей собственников коммерческих организаций, мы можем сформулировать следующие выводы:

1. При акционерной форме собственности крупные компании фактически утратили власть. Поэтому влияние их на жизнедеятельность компании значительно снизилось.

2. Объективно акционеры заинтересованы в первую очередь в возрастании стоимости акции и во вторую — в увеличении текущей прибыли. Субъективно они реагируют только на изменение дивидендов, так как о стратегических решениях, направленных на создание потребителя и рост компании, а следовательно, и на возрастание цены акции, они судить не в состоянии. Создается противоречие между тем, что им нужно по существу, и тем, что они способны понять.

3. Собственники мелких компаний и предприятий, по-прежнему осуществляющие управление ими, заинтересованы в первую очередь в получении приемлемой прибыли, чтобы иметь возможность вести дело, во вторую — в возрастании собственности и в третью очередь — в получении максимальной прибыли.

### 1.5. Цели технoструктуры

Начнем с понятия технoструктуры, введенного в экономическую литературу Гэлбрейтом. По его определению, технoструктура включает «всех, кто обладает специальными знаниями, способностями и опытом группового принятия решений. Именно эта группа людей, а не администрация, направляет деятельность предприятия, является его мозгом» [13, с. 113]. Как видим, из этого определения неясно, какие должностные лица входят в технoструктуру. Все ли это инженерно-технические работники или надо исключить из их числа младший линейный персонал (мастера, начальники смен) и низовую часть работников функциональных подразделений? Однако ценность этого определения для нас заключается в том, что Гэлбрейт высветил ведущую роль в жизни корпораций совокупности управленцев и специалистов. Он показал, что деятельность компании направляет не только ее администрация. Пока цели, формируемые высшей администрацией, не превратятся для остальных членов группы, именуемой технoструктурой, в их собственные устремления, достижение этих целей остается нереальным. Заслуга талантливых менеджеров, приход которых в компанию дал ей новую жизнь, заключается, в первую очередь, в том, что они смогли вовлечь технoструктуру в решение проблем, жизненно важных для компании. Современное сложное производство, включающее сотни специфических технологий, объединяющее десятки, а то и сотни тысяч людей, может управляться только коллегиально и только людьми, постоянно участвующими в производстве. Вот почему герой экономической литературы — решительный, способный на риск предприниматель отошел в прошлое (если речь идет о массовом производстве). Даже такой талантливый руководитель, как Генри Форд I, в конце 30-х гг. превратился в тормоз для им же созданной компании, потому что недооценил роль технoструктуры. Он пытался решать все сам, в то время как усложнившееся производство требовало групповых решений. Гэлбрейт справедливо отмечает, что тот, кто наверху пирамиды, только кажется всемогущим, определяющим все решения. На самом деле все решения готовит технoструктура. Могущество исполнительной власти кроется как раз в ее компетентности. И всякое некомпетентное вмешательство технoструктура отвергает. В этом причина

отстранения от власти собственников. В этом же причина неприязненного отношения техноструктуры к государственному вмешательству. Идеологи свободного предпринимательства, выступающие против государственного планирования и регулирования под флагом борьбы с коммунизмом, может быть, и верят в свои догматы. Но поддерживающие их крупные компании прекрасно знают, что страшит их на самом деле вмешательство в дела некомпетентных правительственных чиновников. Интересно, что менеджеры крупных компаний при этом забывают, что сами играют точно такую же роль недостаточно компетентных людей, вмешивающихся в деятельность техноструктуры предприятий. В глазах работников этих предприятий они выглядят такими же чиновниками, не знающими сути дела, но пытающимися командовать, какими представляются им работники государственного аппарата. Это объективно существующее противоречие между разными уровнями управления, разными степенями общности. И точно так же, как неизбежно вмешательство компании в дела ее предприятия, неизбежно и вмешательство государства в дела компании. Главное в том, чтобы на всех уровнях управления исключить некомпетентное вмешательство сверху. Идеального варианта здесь достичь невозможно, но, понимая природу противоречия, можно стараться его разрешить.

Не желающие допускать вмешательства в свои дела руководители американских корпораций обосновывают свою позицию формой собственности. Мол, частная компания, как бы велика она ни была, может вмешиваться в дела своих отделений, филиалов, предприятий на основе права собственности. А государство не имеет права вмешиваться в дела компании, потому что она ему не принадлежит. Мы в следующей главе более подробно рассмотрим понятия частной и государственной собственности. А пока отметим, что в Японии граница между частной собственностью компаний и государством не используется руководителями как предлог для препятствия вмешательству. Понимая, что общество не может не вмешиваться в дела гигантских корпораций, они стремятся к тому, чтобы это вмешательство, по возможности, было компетентным. И наиболее дальновидные руководители американского бизнеса, такие как Якокка, понимают, что государственное вмешательство не только неизбежно, но и полезно корпорациям. Мы уже приводили его высказывания о том, что именно государственная промышленная политика помогает Японии добиваться успеха. Как японцам удается сделать вмешательство государства компетентным, мы рассмотрим позднее. А сейчас хотелось бы обратить внимание на общий подход к разрешению противоречий. Встречаясь с новыми противоречиями, японцы стремятся найти способ их разрешения в благоприятном направлении.



В нашей российской действительности для крупных предприятий, по нашему глубокому убеждению, необходима не смена формы собственности, а повышение самостоятельности хотя бы до того уровня, который характерен для государственных предприятий капиталистических стран. Новых собственников техноструктура к власти все равно не допустит, да они ею и воспользоваться будут не в состоянии. Невмешательство извне в групповые решения, принимаемые техноструктурой, очевидно, следует рассматривать как одно из важных условий функционирования крупного предприятия. Вторым условием должно быть совпадение интересов техноструктуры с интересами предприятия. В чем же заключаются интересы техноструктуры?

Для понимания этого обратимся к иерархии потребностей Маслоу. Физиологические потребности и потребность в защищенности у техноструктуры в значительной мере удовлетворены. Это люди достаточно хорошо оплачиваемые, чтобы не испытывать нужды в пище, одежде, жилище. Это не значит, что материальное благополучие их уже совсем не интересует. Но их уровень обеспеченности таков, что приращение зарплаты не дает той отдачи, которую оно давало до достижения приемлемого уровня. Поэтому материальное стимулирование, хотя и сохраняет свое значение, перестает быть определяющим. Даже размер заработка зачастую интересует людей не столько потому, что за счет этого можно получить дополнительные материальные блага, сколько потому, что он является признанием заслуг, свидетельством высокого положения в обществе. Для техноструктуры возможность удовлетворения социальных потребностей, потребностей статуса является определяющей. «Парадокс денежного мотива, вообще говоря, состоит в том, что чем выше уровень оплаты, тем меньше его значение относительно других мотивов», — пишет Гэлбрейт [13, с. 183].

И у Кейнса есть мысль о том, что важен не сам по себе размер дохода, а возможность добиться высокого положения. При этом необязательно, говорит он, чтобы доход человека, достигшего высокого положения, в десятки или сотни раз превышал средний доход. «Что касается меня, то я полагаю, что есть известные социальные и психологические оправдания значительного неравенства доходов и богатства, однако не столь большого разрыва, как это имеет место в настоящее время... И гораздо меньшие ставки в игре будут служить так же хорошо, как только игроки привыкнут к ним», — считает Кейнс [24, с. 448].

Его предположения полностью подтверждаются современной практикой оплаты высокопоставленных менеджеров в США и Японии. В США разница в оплате между президентом крупной компании и рабочим средней квалификации может достигать сотен

раз, а в Японии всего лишь до десяти раз. Но, по признанию самих американцев, руководители японской промышленности лучше ведут дело, и в Америке начинают задумываться над тем, не переоценивают ли они эффективность материального стимулирования техноструктуры. Показательны замечания Гэлбрейта: «Отдавать предпочтение денежной оплате значит признавать свою неполноценность... Даже ученые-экономисты никогда не признаются в том, что ими руководят денежные мотивы и с презрением смотрят на коллегу, слишком озабоченного получением гонорара за консультацию корпораций или за учебник» [13, с. 192]. «Нет никаких оснований и причин полагать, что привлечение талантливых управляющих требует стимулирования в виде существующих цен на них. Те, кто получает самое высокое жалование, занимают должности, в наивысшей степени удовлетворяющие их. Они также являются людьми, результаты деятельности которых меньше всего зависят от жалования, — они больше всего горды моральной преданностью своей работе» [3, с. 333].

Из анализа потребностей техноструктуры можно сделать следующие выводы относительно личных интересов ее членов:

1. При достаточном уровне материального обеспечения главным стимулом для техноструктуры является возможность служебного и профессионального роста, признание в обществе.

2. Материальные стимулы играют значительную роль, хотя и перестали быть главенствующими.

3. Гарантия сохранения завоеванных позиций также является важным мотивом. Для этого техноструктура должна не дать погнубить корпорации и не позволить кому-либо отнять у нее власть.

Соответственно своим личным интересам техноструктура стремится к достижению следующих целей:

1. Рост компании. Во-первых, рост компании обеспечивает возможность служебного продвижения большому количеству работников из состава техноструктуры. Если растет компания, упрочивается положение в обществе ее руководителей. Появляются новые вакансии вице-президентов, руководителей отделений, директоров. Каждая такая вакансия позволяет продвинуться на ступеньку вверх множеству людей. Благодаря этому, помимо роста окладов, множатся атрибуты власти: отдельные кабинеты, личные секретари, персональные автомобили, право пользования самолетом компании т. п. В росте компании оказываются заинтересованными не только руководители, но и все члены техноструктуры, потому что достижение этой цели отвечает их личным интересам — повышению статуса и материального благополучия. Прекрасно понимая, что рост компании возможен только при расширении рынка, техноструктура воспринимает необходимость удовлетворения потребностей как опосредованный способ достижения личных целей.

Рост компании улучшает микроклимат внутри технoструктуры, поскольку не надо бороться за место. Во-вторых, рост компании — это укрепление ее независимости в жестокой конкурентной борьбе. С ростом компании появляется финансовая стабильность, т. е. повышается вероятность того, что уже завоеванное тем или иным работником технoструктуры положение не будет перечеркнуто банкротством компании или ее продажей другим владельцам. В-третьих, рост компании — это и повышение рыночной стоимости ее акции. Поскольку многие менеджеры и специалисты являются владельцами акций своей компании, то и этот результат им безразличен. «Максимизация прибыли ни в коем случае не является основной целью технoструктуры. После того как достигнут определенный уровень прибыли, члены технoструктуры извлекают для себя значительно больше пользы от самого процесса роста» [3, с. 115].

2. Достижение приемлемого уровня прибыли. Эта цель отвечает личным интересам технoструктуры, поскольку, во-первых, приемлемый уровень прибыльности — это условие благополучного существования компании, а следовательно, сохранения за членами технoструктуры их мест, и, во-вторых, их заработная плата в большинстве случаев существенно зависит от уровня годовой или квартальной прибыли. В США, например, годовая заработная плата менеджеров высокого ранга может быть в несколько раз выше или ниже в зависимости от уровня прибыли компании. Есть данные, когда вице-президент крупной компании в удачный год получает около 1 млн дол., а в неудачный 250 тыс. В Японии эти колебания значительно меньше. Разница может быть в 1,3—1,5 раза. Но она тоже есть. Стремления к максимизации прибыли у технoструктуры нет. Мы уже отмечали, что сложно говорить о максимуме, если этот максимум невозможно просчитать. Принимать трудные, рискованные решения, обеспечивающие максимум прибыли, технoструктура не заинтересована, потому что ответственность она берет на себя, а прибыль достается всей гигантской компании. «Если, как это часто случается, максимизация прибыли связана с увеличением риска потерь, то технoструктура, исходя из своих коренных интересов, откажется от такой возможности» [13, с. 214].

Отрицательная роль обобществления сказывается на больших компаниях практически так же, как и при общенародной собственности предприятий. Технoструктура капиталистической фирмы так же ощущает себя наемной силой при «ничьей» собственности, как и на государственном предприятии у нас, если не применены специальные методы управления. Де Лориан в своей работе [17] приводит примеры того, как руководители высокого ранга наносили компании «Дженерал Моторс» ущерб в сотни тысяч и миллионы долларов из-за амбиций, нежелания перемен и т. п. При решении

вопросов о повышении заработной платы, по свидетельству Яккоки, менеджеры тоже не бьются насмерть, как частные предприниматели, потому что это увеличение издержек сказывается на прибылях компании, а не бьет по их карману.

Надеемся, что техноструктура корпорации будет так же биться за снижение издержек, как владелец небольшого частного предприятия,— это, по образному выражению Гэлбрейта, «рыночный романтизм». Итак, мы видим, что цели техноструктуры совпадают с целями организации. Именно поэтому возможна эффективная работа промышленности в капиталистических странах. В отличие от собственников, которые объективно тоже заинтересованы в первую очередь в росте компании, но субъективно реагируют прежде всего на размер прибыли, техноструктура хорошо знает свои цели и умеет их достигать. Этим объясняется эффективность государственных предприятий, работающих на коммерческой основе. Форма собственности мало интересует техноструктуру, если собственник нечасто вмешивается в ее деятельность. Для успешной работы предприятия совпадение целей техноструктуры с целями компании важнее, чем форма собственности. Такие условия вполне могли бы быть созданы в нашей стране на государственных предприятиях при проведении определенных мер по децентрализации управления. Направляя сегодня все усилия на приватизацию, которая, по нашему глубокому убеждению, принесет крупной промышленности только вред, мы не получим ожидаемого эффекта, какой был бы возможен от совершенствования управления.

### 1.6. Цели трудового коллектива

В этой работе под трудовым коллективом мы будем понимать всех работающих в организации за исключением техноструктуры. Строго говоря, техноструктура — это тоже часть трудового коллектива, но поскольку это управляющая часть, мы выделили ее и рассмотрели ее самостоятельные цели.

Под управляемой частью трудового коллектива предлагается понимать рабочих, служащих, младший обслуживающий персонал, нижнюю по иерархии часть ИТР.

Если цели техноструктуры мы называем главными для предприятия, поскольку техноструктура им руководит, то цели трудового коллектива являются основными. Интересы техноструктуры можно образно отождествить с рулем автомобиля, а интересы трудового коллектива — с его двигателем.

Цели членов трудового коллектива (работников) можно условно разбить на две группы: защитные и наступательные (или положительные).

Защитная цель работников — сохранение рабочего места. Значимость этой цели объясняется не только наличием безработицы в стране, регионе, городе. Для большинства людей изменение профессии, круга обязанностей, смена коллектива, места проживания крайне нежелательны. Эта защитная цель может не обозначаться в сознании постоянно как движущий мотив, но когда появляется опасность потери рабочего места, это обстоятельство может оказаться определяющим в принятии решения.

К положительным целям работников относятся рост заработной платы, повышение привлекательности труда и приобретение ряда социальных привилегий. Рост заработной платы — это постоянно ощущаемый интерес. Даже в благополучных странах уровень оплаты работников не настолько высок, чтобы они могли ощущать себя полностью удовлетворяющими социальные потребности. Если физиологические и защитные потребности более или менее удовлетворены, то социальные потребности, требующие значительно более высокого дохода, не удовлетворены в полной мере. Всегда есть кто-то, у кого лучше автомобиль, больше дом и т. д. Поэтому у работников заинтересованность в росте оплаты гораздо выше, чем у технoструктуры, и этот мотив сильнее.

В нашей стране при неудовлетворенности в настоящее время даже первых двух ступеней потребностей (физиологических и защитных) рост заработной платы является главным стимулом для работающих.

Повышение привлекательности труда в последние десятилетия становится также одной из важнейших личных целей работающих. Снижение уровня физических нагрузок, улучшение гигиенических условий, уменьшение доли рутинной работы становятся факторами иногда даже более важными, чем заработная плата. Это следствие научно-технического прогресса. Чем выше культура производства и жизненный уровень, тем более значимыми становятся эти факторы. В это же понятие включаются и микроклимат в коллективе, уровень демократичности управления.

И, наконец, к положительным целям относится наделение работников данной компании (предприятия) все большим количеством социальных привилегий. Сюда входят оплата (частично или полностью) медицинского обслуживания, обучения детей работников в высших учебных заведениях, частичная оплата обедов на производстве, оплата транспорта, возможности пользования фирменными библиотеками, спортивными сооружениями, магазинами и т. п. Мы подробнее остановимся на этих формах социального обеспечения работников при рассмотрении современных методов управления. Сейчас же отметим, что в тех странах, где государство не обеспечивает решения социальных проблем на должном уровне (США, Япония), это делают крупные преуспевающие компании, и отнюдь не из альтруистических побуждений, а для

того чтобы повысить эффективность производства через создание у работающих чувства общности их личных интересов с благополучием компании. Нетрудно заметить, что здесь много заимствовано из нашего советского опыта, от которого так настойчиво нам сегодня советуют отказаться.

Как согласуются цели предприятия и его трудового коллектива? Нет ли между ними противоречий?

Защитная цель работников (сохранение рабочего места) может реализоваться при условии роста предприятия, обеспеченного расширением рынка сбыта, и достижения приемлемого уровня прибыли. Как видим, реализация этой цели возможна при правильном сочетании целей предприятия, между которыми существуют противоречия. Мы уже раньше отмечали, что увеличение текущей прибыли может происходить в ущерб расширению рынка сбыта или техническому перевооружению.

Рост заработной платы, если он не обеспечен опережающим ростом производительности труда, приводит к снижению прибыли и росту цен. А это, в свою очередь, может вызвать замедление темпов технического перевооружения, сокращение сбыта. Сокращение сбыта и снижение темпов технического перевооружения ослабляют позиции предприятия в конкурентной борьбе, приводят к снижению объемов производства и его технического уровня. Если эта тенденция не будет преодолена, то предприятие может обанкротиться. Так для рабочих победа в достижении положительной цели (рост заработной платы) может со временем обернуться тяжким последствием — потерей рабочего места. Как видим, цели работников и цели предприятия могут не совпадать. Согласование целей возможно, но это требует умения видеть последствия. Так, если и технoструктура, и работники заранее настроены на необходимость повышения производительности труда и добиваются этого, то рост заработной платы оказывается возможным и не оборачивается неприятностями ни для компании, ни для ее работников.

Рост заработной платы может стать препятствием и для достижения другой цели — повышения привлекательности труда. Ведь последнее сопряжено, как правило, с серьезными затратами. Механизация и автоматизация труда, облегчающие труд и делающие его менее рутинным, мероприятия по обеспечению безопасных и гигиеничных условий производства требуют больших капиталовложений. Поэтому, если большую часть дополнительной прибыли, полученной за счет роста производительности труда, пускать на рост заработной платы, то условия труда не будут улучшаться. Таким образом, существует объективное противоречие между стремлением иметь большие оклады сегодня и лучшие условия завтра.

Наконец, достижение последней цели (обеспечение фирменных привилегий) тоже находится в некотором противоречии с ростом

заработной платы. Имея определенное количество денег для воспроизводства рабочей силы, можно их распределять по двум каналам — через заработную плату и через коллективные фонды. Можно все отдавать в виде заработной платы, предполагая, что социальные проблемы каждый работник будет решать индивидуально. Можно часть средств пускать на описанные ранее фирменные привилегии. В США более распространен первый вариант, в Японии — второй. Там средства, идущие на фирменные социальные мероприятия, достигают 30—40% от фонда заработной платы. В нашей стране, как известно, до недавнего времени предприятия тоже немало средств тратили на социально-культурные мероприятия. Сейчас, к сожалению, наметилась тенденция к их резкому сокращению. А в это время во всем мире изучают и перенимают японский опыт создания фирменных привилегий, являющийся, по существу, только улучшенным заимствованием нашего опыта.

Итак, отдельные цели работников находятся в противоречии. Причем противоречие имеет место и между целями членов трудового коллектива, и между целями коллектива и компании. Поэтому одной из сложнейших задач управления считается ранжирование целей и правильное количественное определение задач, умение измерять степень достижимости цели и планировать рубежи.

Мы отмечали ранее, что заинтересованность работников — это главный источник движения к достижению целей предприятия. Полного совпадения целей достичь невозможно, но сонаправленность и постоянное стремление к их сближению вполне достижимы. Особенно показателен в этом отношении японский опыт. Японские менеджеры вводят представителей трудового коллектива в Совет директоров и тем самым включают в работу по определению целей, выбору компромиссного варианта между ростом заработной платы и инвестированием в будущее предприятия. Они не жалеют средств на экономическое обучение работников, распространение коммерческой информации, чтобы выбор приоритетов был понятен и обоснован в глазах работников. Таким образом сглаживается объективно существующее противоречие между стремлением больше получать в личное распоряжение и необходимостью обеспечивать развитие предприятия, которое гарантирует людям занятость и приемлемые условия труда.

### **1.7. Взаимозависимость целей общества и коммерческих организаций**

В последнее время достаточно широко распространено представление о том, что цели общества должны сформироваться как совокупность целей организаций и отдельных людей, из которых общество состоит. То, что хорошо для индивида, должно быть



хорошо и для общества. То, что хорошо для предприятий, должно восприниматься как положительное и обществом. Если бы это было так, то ответ на вопрос, которому посвящен данный параграф, был бы предельно прост. Цель общества — это интегрированные цели его членов.

На самом деле цель общества не может быть просто совокупностью целей его членов. Самуэльсон, которого никак нельзя отнести к поклонникам государственного вмешательства в свободное предпринимательство, считает ошибочным мнение, согласно которому «то, что верно для части, только по этой причине считается верным для целого» [14, с.107]. При этом он иллюстрирует свою мысль убедительным примером. Болельщикам, сидящим на трибуне стадиона, в какой-то момент плохо видно происходящее на поле. Один болельщик встал, и ему стало хорошо видно. Его примеру последовали другие. Пока встало всего несколько человек, им всем было хорошо видно, но если встанут все, то всем станет видно хуже, чем когда они сидели. Плюс к тому, они еще вынуждены будут стоять, так как сидящий теперь вообще ничего не увидит. В итоге то, что было хорошо для одиночек и даже для группы, оказалось вредным для большинства. Очень похожая картина наблюдается, когда освобождаются цены при наличии дефицита. Каждое предприятие в отдельности, желающее получать больше прибыли, поднимает цены. Работники этого предприятия получают большую зарплату. Как продавцы своего товара и рабочей силы они выиграли от либерализации цен. Но как покупатели они проигрывают, так как все остальные продавцы сделали то же самое. Инфляция съедает возрастание прибыли и их зарплату. То, что казалось благом для каждого, превратилось в бедствие для всех. Если провести аналогию с примером Самуэльсона, то «всем стало плохо видно, да еще приходится стоять». Вместо ожидаемого увеличения производства товаров по свободным ценам произошло сокращение их производства. Итак, частные цели не могут быть выше общих. Наоборот, самые приоритетные цели — общенародные.

Следующий уровень иерархии — это цели организации и затем цели индивида. И чем выше уровень обобществления производства, тем шире перечень целей, которые подчинены этому ранжированию. При мелком товарном производстве, когда уровень взаимозависимости был небольшим, естественно, степень независимости товаропроизводителя от общества была велика. И общество практически не зависело от отдельного производителя. Действовали подлинно рыночные законы. И сейчас по отношению к «рыночной системе» эта закономерность сохраняется. И сами малые предприятия почти не нуждаются во вмешательстве общества, и оно мало зависит от их действий. Совершенно иное — крупные корпорации.

Их влияние на жизнь общества настолько велико, что оно не может себе позволить безразлично относиться к их участи. Когда в 1970 г. в США рассматривали вопрос о том, оказывать ли государству помощь компании «Крайслер», то главным аргументом в пользу выделения кредита была угроза безработицы для 600 тыс. человек в случае банкротства этой компании. Хотя на заводах самой компании работало около 140 тысяч, но огромное количество поставщиков, существование которых было связано с благополучием компании, увеличивало цифру потенциальных безработных до 600 тыс. человек. С учетом членов семей около 2 млн человек оказались бы бедствующими. На пособия по безработице государство должно было бы истратить около 15 млрд дол. Поэтому выгоднее оказалось пойти на риск, предоставить «Крайслеру» кредит в 1,5 млрд дол. и тем самым спасти компанию, чем наблюдать ее гибель и расплачиваться за это. Приверженцы идеи свободного предпринимательства были категорически против. Они рассуждали в соответствии с рыночной идеологией: «пусть проигравший плачет», забывая при этом, что плакать будет не предприниматель, допустивший ошибку, а 2 млн человек, не совершавших никаких ошибок. Те, кто допустил ошибку, — менеджеры компании «Крайслер» — теряли лишь свои кресла, а расплачиваться за их ошибки пришлось бы из своего кармана налогоплательщикам. Поэтому, несмотря на возражения идеологов рынка, возобладаало следующее мнение: «Если разумно иметь систему государственной защиты индивидумов, то так же разумно иметь систему государственной защиты компаний, в которых эти индивидумы работают» [6, с. 238]. Такие ситуации западные экономисты называют «провалами рынка», имея в виду, что рыночные законы здесь не срабатывают, их недостаточно [25]. Поэтому во многих развитых странах общество через государственные институты определяет промышленную политику, ядром которой являются экономические цели. Сторонники свободы предпринимательства возражают против навязывания предприятиям какой-либо политики, видя в этом элемент ненавистного им социализма.

Но вот мнение Яккоки: «Идеологи утверждают, что промышленная политика будет означать конец системы свободного предпринимательства, какой мы ее знаем. Но чудесная система свободного предпринимательства дала дефицит бюджета 200 млрд дол. и внешнеторговый дефицит» [6, с. 360]. Или мнение Гэлбрейта: «Не социализм — враг рынка, а передовая техника, а также диктуемая ею специализация рабочей силы и производственного процесса и, соответственно, продолжительность производственного периода и потребности в капитале» [13, с. 71]. Передовая техника породила гигантские инерционные компании, которые не в состоянии быстро маневрировать в рыночной стихии. Подобно большим

кораблям, они не могут находиться рядом без опасности нанести вред друг другу, если их курс заранее не согласован. Этим согласованием должно заниматься общество. Но оно возможно лишь в том случае, когда все субъекты общества будут признавать приоритет егь целей перед своими собственными.

Итак, мы рассмотрели первую причину, обусловившую необходимость формирования набора общественных целей и их приоритета перед целями организации, — наличие огромных компаний, несогласованная деятельность которых грозит их собственному существованию и стабильности общества. Но есть еще одна причина — наличие таких капиталоемких сфер деятельности, которые частные организации либо не в состоянии осваивать, либо это им невыгодно. Это муниципальное хозяйство, образование, охрана общественного порядка, поиск и разработка полезных ископаемых, защита окружающей среды, строительство и эксплуатация дорог, портов и т. п. Поскольку решение этих проблем чаще всего оказывается посильным только для общества в целом, то, естественно, при возникающих в ходе их решения коллизиях предпочтение отдается общественным интересам.

В нашей стране до недавнего времени не возникало сомнений относительно приоритета общенародных интересов перед интересами предприятий. Была, к сожалению, другая крайность, когда интересами предприятий пренебрегали. А ведь предпочтение общенародных интересов ни в коем случае не должно означать игнорирования групповых или индивидуальных интересов. Оно предполагает максимально возможный учет интересов всех сторон, но при необходимости их ранжирование. Когда в 1987 г. было принято новое положение о государственных предприятиях, давшее последним достаточную степень свободы, как это нередко бывает, произошел крен в другую сторону.

Не будучи обязанными руководствоваться государственными программами, заказами, в погоне за прибылью игнорируя интересы потребителя и общества в целом, предприятия начали разрушать сложившиеся связи, сами же опосредованно страдая от этого. Тогда в печати заговорили о «групповом эгоизме». Сейчас этот процесс продолжается. В этом заключается одна из причин спада производства.

Теперь рассмотрим вопрос, могли ли корпорации обходиться без приоритетных общегосударственных целей? Для чего они нужны корпорациям?

Во-первых, корпорации не могут разрабатывать долгосрочные стратегические планы, не имея общего для страны прогноза развития народного хозяйства. Опыт таких стран, как Япония, Франция, Германия, показал, что самыми достоверными прогнозами являются народнохозяйственные планы, так как они пытаются увязать развитие всех отраслей. Не заниматься стратегическим

планированием корпорации не могут в силу своей инерционности. Они должны совершать маневр заблаговременно и плавно. Крутые повороты в крупной организации могут привести к неразберихе, а быстрая перестройка технологии и техники, как правило, просто невозможна. Поэтому корпорации нуждаются в заблаговременно известных общественных целях.

Во-вторых, корпорации при всем своем финансовом и научно-техническом могуществе неспособны поодиночке решать некоторые крупные научно-технические проблемы. А не решив их, они могут проиграть в международной конкуренции. Поэтому они заинтересованы в том, чтобы общество в лице государства, концентрируя в своих руках через налоговую систему необходимые средства, бралось за решение этих наиболее сложных проблем.

В свое время американские ученые с завистью смотрели на представителей советской фундаментальной науки, финансировавшихся из централизованных источников. Они утверждали, что ни одна компания не в состоянии выделить такие ресурсы, какими располагают советские ученые. Сейчас этот наш опыт взят на вооружение многими странами. Особенно умело концентрируют средства японцы. Имея в целом средств на НИОКР в два раза меньше, чем расходует на эти цели Западная Европа, они смогли обогнать ее по ряду важнейших направлений. При этом не только используются средства из бюджета, но и координируются в единой программе усилия многих частных научных центров и компаний.

В-третьих, в тех странах, где перестали бояться государственного вмешательства, государственные органы помогают компаниям, действующим в интересах общества. Эта помощь оказывается через налоговые скидки, предоставление субсидий, льготных кредитов, выгодных заказов и т. п. Компании не заставляют насильно участвовать в достижении этих целей общества, но делают так, чтобы это участие было для них привлекательным.

В-четвертых, как мы уже отмечали ранее, корпорации не могут существовать без решения некоторых проблем, но в то же время сами они не в состоянии или не заинтересованы ими заниматься. Они не могут функционировать без взаимоувязанной системы энергоснабжения, транспорта, образования, природопользования и т. д.

Например, даже самые крупные авиакомпании не в состоянии создать сеть аэропортов в большой стране. В то же время отдельно функционирующие аэропорты, построенные на средства частных компаний или муниципальных органов, не обеспечивают эффективной деятельности авиакомпаний. Чтобы применить высокоскоростные самолеты, надо перестраивать взлетно-посадочные дорожки и менять систему слежения как минимум в нескольких аэропортах. То же самое характерно для железнодорожного и автомобильного транспорта.

Таким образом, мы выяснили, что, с одной стороны, общество вынуждено вырабатывать цели, обязательные для крупных компаний, с другой стороны, сами компании не могут существовать без этого общественного целеполагания. Гэлбрейт по этому поводу писал: «Развитая корпорация в важнейших отношениях является орудием государства. А в важнейших делах государство выступает как орудие индустриальной системы» [13, с. 350]. И еще: «В значительной мере оправдано все больше распространяющееся мнение, что современная экономика выглядит как социализм для крупных фирм и как свободное предпринимательство для мелких» [3, с. 204].

Теперь рассмотрим вопрос о механизме взаимодействия общества и корпораций в процессе выработки общественных целей. Могут ли корпорации быть безразличными к тому, какие планы, какие программы разрабатывает государство? Конечно же, нет. Они находят способы воздействия на органы власти.

Здесь можно различить два подхода: американский и японский.

Американский подход заключается в умелых действиях корпораций, направленных на то, чтобы сделать власть своим сообщником. Этого они добиваются делегированием своих наиболее авторитетных специалистов в органы исполнительной власти. Со стороны исполнительной власти тоже естественно стремление рекрутировать свои кадры из крупных корпораций, а не из мелких предприятий рыночной системы. Менеджер компании «Дженерал Электрик» или «Вестингауз», имеющий опыт руководства деятельностью десятков, а то и сотен предприятий, конечно, легче освоит руководство национальными программами, чем специалист из рыночной системы. Опыт стратегического планирования, сама корпоративная культура, понимание специфических проблем крупных компаний делают техноструктуру и государственную бюрократию единомышленниками. Когда президента компании «Форд» Р. Макнамару назначали министром обороны США, то учитывали его способность находить общий язык с представителями военно-промышленного комплекса, так как они прошли одну школу. В нашей печати это представлялось упрощенно как свидетельство явной коррупции. Что, мол, бывший спецник компании, оставаясь с ней связанным и получая от нее деньги, перейдя на государственную службу, отдаст ей выгодные заказы. Конечно, бывает и такое. Но суть не в этих явно криминальных ситуациях. Суть в том, что оставаясь даже субъективно абсолютно честными людьми, как Р. Макнамара, представители техноструктуры, приходя в государственный аппарат, приносят с собой ее философию, восприятие ее целей как целей общества. Составляя основу исполнительной власти, они превращают ее в инструмент для проведения политики корпораций. Вот почему Гэлбрейт писал, что общество

«пристегнуто к интересам техноструктуры». И президент как глава исполнительной власти в значительной мере находится под влиянием своего аппарата, а значит, и крупных корпораций. Что касается законодательной власти, то здесь дело обстоит несколько иначе. Раньше при выборах конгрессменов огромную роль играли капиталисты-собственники, проживающие в данном округе. Они влияли на ход избирательной кампании, направляя таким образом в конгресс нужных людей. Сейчас, когда главной силой являются корпорации, на местах находятся не капиталисты-собственники, а менеджеры. Они не могут по своей воле давать деньги на избирательную кампанию и определять тем самым избрание тех или иных политиков. Да и отпала необходимость в таком примитивном проявлении своей власти. Поэтому в конгресс нередко избирают независимых людей, искренне стремящихся отстаивать истину. Но многолетнее пребывание в комиссиях и комитетах конгресса заставляет их общаться с представителями компаний, добиваться от компаний размещения в их избирательном округе каких-то производств, финансирования социальных программ. Постепенно они оказываются подкупленными, если не лично, то во имя избирателей, и становятся представителями компании в органах законодательной власти.

Таким образом, несмотря на внешне привлекательные демократические процедуры, по существу власть в обществе принадлежит руководству крупных компаний. Общественные цели формируются ими. Эти выводы можно найти в работах целого ряда американских экономистов и политологов. И мы хотим обратить внимание, что в своей массе это не чьи-то злонамеренные действия (хотя и такие бывают). Просто по-другому крупные компании существовать не могут. По масштабам своей деятельности они ближе к пониманию задач общества. Поэтому они и наиболее подготовлены и наиболее заинтересованы.

Несколько иначе осуществляют свое воздействие на власть японские компании. Четыре ведущих объединения монополистического капитала Японии — Федерация экономических организаций («Кейданрен»), Торгово-промышленная палата Японии («Ниссо»), Федерация ассоциаций предпринимателей («Никкайрен») и Комитет экономического развития Японии («Кейдзай доюкай») имеют огромное влияние на формирование и осуществление экономической политики страны, на ее внешнеполитический курс и фактически на все стороны жизни японского общества [26, с. 84]. Их называют организационными мускулами японского бизнеса. Эти четыре ведущие экономические организации оказывают влияние на правительство через так называемую систему «увязки корней», т. е. через предварительное согласование с правительством политических решений. Это осуществляется посредством участия предста-

вителей названных организаций в различных комиссиях и советах, создаваемых правительством для рассмотрения и подготовки важных решений. Японская исполнительная власть не набирает кадры из бывших работников компаний, как в США. Там своя система подготовки работников из наиболее одаренных выпускников университетов, проходящих суровый конкурс при поступлении. Зато по достижении пенсионного возраста те из них, кто сумел установить хорошие контакты с компаниями, получают в них высокооплачиваемые посты. Они приносят с собой связи с работниками аппарата, да и работая в правительственных органах, не забывают, что придет момент «сошествия с небес», как называет японская печать этот переход.

«Кейданрен» выражает интересы крупнейших компаний при выработке общей позиции деловых кругов по вопросам внутренней и внешней политики и воздействия на общественное мнение в благоприятном для бизнеса направлении. Ее председателя неофициально называют «премьер-министром» делового сообщества Японии. А Совет этой организации журнал японской торговли и промышленности называет «теневым кабинетом министров делового мира Японии».

«Кейданрен» имеет свои постоянные отраслевые и проблемные комиссии, с мнением которых считаются министерства и другие правительственные органы.

Торгово-промышленная палата представляет интересы средних и мелких фирм. Она выступает за повышение жизнеспособности частного сектора, за внедрение его в высокотехнологичные отрасли, способствует координации усилий предприятий «рыночной сферы» для выхода на международную арену.

«Никкайрен» больше занимается выработкой стратегии предпринимателей в трудовых конфликтах, взаимоотношениях с персоналом, общественностью.

И, наконец, «Кейдзай доюкай» — это нечто вроде «дискуссионного клуба» менеджеров. Здесь не вырабатывается политика, а формируются идеи. В эту организацию входят не юридические лица, а индивидуальные члены. Они обсуждают глобальные вопросы экономики. Это им, например, принадлежала идея демократизации управления корпораций путем привлечения в руководство профсоюзных деятелей. Они оценили важность творческого участия рабочих в совершенствовании производства через «кружки качества».

Мы видим, что японская техноструктура в отличие от американской не пытается завуалировать свои связи с государством. Она открыто влияет на формирование целей общества. Видимо, объясняется это умелым внедрением в общественное сознание представления, что компания — это сообщество соратников, в котором нет



эксплуатируемых и эксплуататоров, что это единая большая семья, интересы которой должно учитывать общество. Разные подходы не меняют сути. А суть в том, что крупные корпорации активно воздействуют на формирование целей общества, а затем подчиняются этим целям, демонстрируя служение обществу.

Стоит, наверное, согласиться с Гэлбрейтом, который говорит: «Необходимо бороться против мнения, что интересы планирующей системы (т. е. крупных корпораций.— И. П.) совпадают с интересами отдельного человека» [3, с. 282]. «Всякое планирование стремится завоевать контроль над мнением — заставить людей подчиняться в мыслях и действиях тому, что выгодно для тех, кто осуществляет планирование. Мнение, не выгодное планирующей системе, не подавляется; оно либо игнорируется, либо клеймится как эксцентричное, ненаучное» [3, с. 289]. Не случайно этот всемирно признанный ученый-экономист получил у себя на родине титул «красного экономиста».

Очевидно, при реформировании российской экономики следует учесть как положительный, так и отрицательный опыт выработки промышленной политики развитых стран. К положительным моментам, по нашему мнению, следует отнести:

- формирование единой промышленной политики, централизованное планирование развития общества;
- признание всеми приоритета общих целей над частными;
- максимальный учет интересов крупных предприятий, составляющих основу материального производства, при планировании развития общества.

В то же время нельзя допускать навязывания технoструктурoй своих интересов всему обществу, что имеет место в капиталистических странах. Как ни важна ее роль в обществе, но ее интересы всегда уже интересов общества и не должны приниматься в качестве его целей.

## ГЛАВА 2. ФОРМЫ СОБСТВЕННОСТИ В РАЗВИТОМ ОБЩЕСТВЕ

### 2.1. Собственность как понятие

Прежде чем приступить к рассмотрению всего многообразия форм собственности, присущего развитым обществам, очевидно, имеет смысл попытаться уточнить само понятие собственности и ее разделение на частную и общественную. В предыдущей главе мы уже отмечали, что кардинальное преобразование производительных сил в эпоху НТР потребовало изменения производственных отношений. В том числе произошли изменения в собственности и ее формах.

Согласно традиционной классификации, различие между частной и общественной собственностью состоит в том, принадлежит ли собственность обществу или его части. Считается, что неважно, насколько велика эта часть общества, представлена ли она одним человеком или сотнями тысяч собственников. Руководствуясь этим подходом, и частную индивидуальную, и корпоративную, и кооперативную, и коллективную собственность относят к частной собственности.

Посмотрим, насколько четким и оправданным является это деление.

Начнем с акционерных обществ, которые по упомянутой классификации, бесспорно, относятся к частной собственности. Известно, что есть очень крупные компании, количество акционеров которых приближается к миллиону, как, например, в компании «Дженерал Моторс». Таких компаний, где количество акционеров исчисляется сотнями тысяч, множество. Таким образом сегодня нередко количество владельцев компании, считающейся частной, приближается к численности населения небольших государств. Ведь если владельцами акций являются около миллиона человек, то с учетом членов их семей оказывается, что несколько миллионов человек пользуются дивидендами, получаемыми от этих акций. И благополучие нескольких миллионов человек в той или иной мере зависит от курса акций такой огромной компании. А несколько миллионов человек, это, как мы уже заметили, общность, сопоставимая по своим размерам с небольшим государством. Но мы увидим, что количество людей, получающих доходы от деятельности крупных компаний, на самом деле значительно больше, чем число акционеров и членов их семей. Дело в том, что

в настоящее время наблюдается резкое увеличение доли акций, принадлежащих юридическим лицам: промышленным компаниям, связанным между собой деловыми отношениями, банкам, страховым, пенсионным и университетским фондам, сберегательным кассам и т. п.

Когда в качестве акционеров компании выступают такие юридические лица, как страховой или пенсионный фонд, вкладчиками которых являются миллионы человек или другие промышленные компании, акциями которых в свою очередь владеют десятки или сотни тысяч человек, то очень трудно очертить круг собственников. Если исходить из того, что смысл отношений собственности заключается в присвоении собственниками части продукта, получаемого с применением средств производства, являющихся их собственностью, то совершенно ясно, что число физических лиц, выступающих собственниками, в такой ситуации может достигать множества миллионов. Они собственники не в том смысле, что имеют право распоряжаться собственностью, а в силу того, что через страховые, пенсионные фонды и т. п. получают какую-то, пусть ничтожную, но долю прибавочного продукта, создаваемого в компании, акционерами которой являются эти фонды. Еще запутаннее обстоит дело с количеством собственников, когда акционерами являются промышленные предприятия.

Мы уже упоминали о японских «сюданах». Эти финансово-монополистические группы, в которых каждый из участников приобретает не более 1—2% акций остальных партнеров, объединяют огромное количество компаний. Так, в группу «Мицубиси» входит 1460 компаний, в группу «Мицуи» — 1367, в «Сумитомо» — 781 компания. Совокупные активы компаний, входящих в каждую из этих групп, достигают 100 млрд дол. [27]. Кроме названных горизонтальных объединений, охватывающих, возможно, десятки миллионов собственников, есть еще вертикальные объединения, когда приобретаются контрольные пакеты акций в «дочерних» фирмах и достаточно большой пакет, чтобы оказывать влияние в «родственных» фирмах. И, наконец, государственные компании приобретают акции частных корпораций и наоборот. В этих случаях вообще невозможно определить численность собственников. Ясно только, что численность эта соизмерима с населением средних по размерам государств.

Все эти рассуждения о численности приведены нами с целью показать, что количество собственников, когда речь идет о крупных компаниях, далеко не всегда может быть критерием отнесения их к частной или общественной собственности. Нам кажется очень удачным определение, примененное профессором Б. Хоревым к таким взаимопересекающимся финансово-монопольным объединениям: «анонимная собственность» [28].

Действительно, почему собственность штата, земли или области считается общественной, хотя в этом регионе проживает несколько миллионов человек, а собственность гигантской компании «Дженерал-Электрик» или «Хитати» — частной. И в том, и в другом случае количество людей, извлекающих доход, достаточно велико, а во втором случае оно может быть и больше.

Мы так упорно рассуждаем о численности потому, что одним из недостатков общенародной собственности считается ее ничейность. Раз общая, значит, ничья, говорят ее противники, подразумевая при этом, что именно множество собственников — причина ничейности общенародной собственности. Но оказывается, что это множество может быть ничуть не меньше в том случае, когда собственность называется частной, если речь идет о крупной корпорации, а раз так, то и воспринимается она как ничейная.

И полагать, как это делают сторонники превращения государственной собственности в акционерную, что в результате этого процесса появится хозяин, нет оснований. Эти ожидания могут оказаться беспочвенными, если дело касается промышленных предприятий, которые в силу объективных причин вынуждены объединяться в крупные компании, концерны, финансово-монополистические группы.

Чувство личной заинтересованности в судьбе предприятия и сознание способности повлиять на его дела, как мы уже отмечали раньше, формируются только на предприятиях небольших размеров соответственно с небольшим количеством собственников, рискующих в случае неудачи своим состоянием. Когда сопоставляются такие формы собственности, как частная индивидуальная или партнерская с общенародной, то такой критерий, как количество собственников, оправдан. Когда по этому критерию сравнивают акционерные компании, он бессмыслен. Степень обобществления настолько велика, что собственность становится анонимной — невозможно определить круг владельцев. Заявить, что ею владеет часть общества и на этом основании отнести ее к частной, невозможно, если пытаться быть последовательным.

Итак, граница между частной и общественной собственностью оказалась размытой. Утверждение, согласно которому основу современного производства в капиталистических странах составляет частная собственность, далеко не бесспорно, если определять принадлежность к частной собственности по количеству людей, извлекающих из нее доход.

А теперь попытаемся разобраться с самим понятием собственности. Насколько однозначно воспринимается его содержание?

В последние годы в нашей литературе преимущественно рассматривали собственность в качестве категории юридической, определяя ее как право владения, пользования и распоряжения.

Это определение собственности, восходящее к римскому праву, характеризует волевое отношение человека к вещи, субъекта к объекту, прямую власть первого над вторым. При такой чисто юридической трактовке понятия не допускается возможность установления власти двух субъектов над одним объектом. Или — или. Или собственность общенародная, или коллективная (индивидуальная, кооперативная, партнерская и т. п.). И с позиций правовой интерпретации понятия «собственность» это абсолютно логично.

Между тем присутствовало это понятие в рассуждениях об экономических проблемах, о зависимости между эффективностью использования средств производства и формами собственности на них. Но в этом случае на первый план должны были бы выдвинуться экономические представления о собственности, а не юридические, потому что юридические представления не отражают экономическую сущность отношений собственности, заключающуюся в праве присвоения части материальных благ, создаваемых с использованием средств производства, находящихся в собственности.

Право собственности лишено смысла в экономике, если оно не приносит собственнику дохода. Право распоряжения землей в приобских болотах было лишено экономического содержания, пока там не нашли нефть. Сто лет назад никто не заплатил бы за право собственности на квадратный километр этой земли и копейки, а сейчас этот же квадратный километр может стоить сотни миллионов рублей, потому что право собственности на него позволяет присваивать часть дохода от продажи нефти, добытой на нем. С точки зрения юридической ничего не изменилось, а с точки зрения экономической собственность на эту землю получила смысл, которого не было раньше. Подмена экономического содержания юридическим недопустима потому, что она скрывает важнейшее различие. С точки зрения юридической собственником может быть только один субъект. А с точки зрения экономической их может быть несколько. Присваивать блага могут по частям одновременно несколько субъектов. Здесь «или — или» не обязательно. Присваивать часть продукта одновременно может и общество в целом, и коллектив предприятия, и коллективы цехов, и даже бригад. И если правила распределения прибавочного продукта между ними заранее определены, то с экономической точки зрения совершенно правомочно называть их всех партнерами-сособственниками. Тогда исчезает антагонизм. Общенародная собственность уже не представляется отчужденной от коллектива предприятия, если мы понимаем, что и общество, и коллектив могут быть собственниками одновременно, и правила распределения прибавочного продукта заранее определены и приняты обеими сторонами. И, наоборот, становится очевидным, что частная

собственность вовсе не предполагает права безраздельного присвоения прибавочного продукта, как это провозглашают ее приверженцы. Юридическое право владения, пользования и распоряжения вовсе не означает, что продуктами труда, материальными благами полностью распоряжается собственник. При любом общественном строе часть продукта всегда поступала в распоряжение общества. И значит, с точки зрения экономической на всех стадиях развития в той или иной мере средства производства принадлежали не только собственнику, обозначенному юридически, но и обществу в целом.

Если мы рассмотрим эволюцию отношений собственности, то нетрудно заметить, что по мере разделения труда, роста его производительности возрастала необходимость и возможность отчуждения обществом все большей части результатов этого труда. Разделение труда предполагало общение между товаропроизводителями, которое можно было обеспечить только с помощью общества.

Дороги, обмен информацией, защита коммуникаций, образование — все это можно было осуществить только общими усилиями. Увеличение потребности в инфраструктуре заставляло направлять на эти цели все больше средств. Рост производительности труда создавал возможность выделения этих средств.

На протяжении всей истории прослеживается тенденция к возрастанию налогов. Если в США еще в начале XX в. через госбюджет распределялось только 10% валового национального продукта, то сейчас около 30%. А в Западной Европе через госбюджет распределяется около 50% валового национального продукта. Но если общество забирает половину того, что произведено частным собственником, то трудно называть его собственником в том смысле, что он единолично распоряжается плодами своего труда. С точки зрения экономической, с точки зрения присвоения результатов труда они с обществом партнеры, распределяющие результаты по заранее известным правилам. И различие между государственным предприятием, оставляющим в своем распоряжении часть прибыли, и частным, отдающим государству часть прибыли, состоит только в размерах отчислений. Там, где государство является собственником, оно требует большую долю прибыли. В отдельных странах доля прибыли, оставляемая государством в распоряжении государственного предприятия, может оказаться такой же или даже больше, чем в другой стране доля прибыли, остающаяся в распоряжении частных предприятий после уплаты налогов государству. Это зависит от общего уровня налогообложения в той или иной стране.

Мы привели пример, когда сособственниками с экономической точки зрения являются общество и предприятия. Но можно привести и другие примеры.

Типичными сособственниками являются в этом смысле арендодатель и арендатор. В этом случае уже три субъекта присвоения выступают как претенденты на прибавочный продукт — арендодатель (собственник в юридическом понимании этого слова), арендатор и общество. Эта форма взаимоотношений давно известна в сельском хозяйстве, широко применяется сейчас в сфере услуг (гостиничное хозяйство, дилерские пункты, закусочные, магазины и т. п.) и прочих сферах малого бизнеса. Она позволяет соединить крупный капитал арендодателей, необходимый для оснащения современной техникой, и динамичность, личную заинтересованность арендаторов. Если у крупного арендатора появляются субарендаторы, а это бывает нередко, то на арене экономических отношений выступают уже четыре субъекта присвоения при наличии одного субъекта полного права.

При таком понимании сущности собственности как экономической категории становится очевидным, что общенародная собственность не только не означает отчуждения производителя от средств производства, но именно она только и может являться основой их неразрывной связи. Ведь при наемном труде на чужих средствах производства, бесспорно, имеет место отчуждение части продукта труда в пользу собственника средств производства. При этом неизбежно возникает противоречие между наемными работниками и собственниками по поводу распределения продукта труда. Общенародная собственность исключает это противоречие.

Неудовлетворительная эффективность ее использования в нашей стране объясняется, по нашему мнению, не тем, что собственность была общенародной, а тем, что не были четко и объективно определены правила распределения продукта труда между субъектами присвоения. Предполагалось, что общество, персонифицированное в государстве и его органах управления, на правах полного собственника может полностью присваивать продукт труда и потом распределять его по своему усмотрению.

Естественно, что при таком подходе трудовой коллектив предприятия не мог ощущать себя субъектом присвоения и не был непосредственно заинтересован в результате. Но для того, чтобы изменить это ненормальное распределение, не обязательно отказываться во всех сферах от общенародной собственности. Можно и необходимо было установить правила распределения. Несложно провести аналогию с крупными промышленными компаниями США и Западной Европы. Эти компании, являясь полными собственниками входящих в них предприятий, тоже собирали всю прибыль воедино, распределяя ее потом между предприятиями по своему усмотрению. Такая практика существует и сейчас. Так, например, известная германская компания «Сименс», объединяющая сотни электротехнических заводов, устанавливает им план в натуральном выражении и задание по себестоимости продукции.



Прибыль поступает компании, которая потом расходует ее на оплату дивидендов, расширение и модернизацию этих же заводов и стимулирование их коллективов. И это не мешает компании производить прекрасную и дешевую продукцию. Но в большинстве случаев наиболее развитые компании, стремящиеся заинтересовать коллективы предприятий, создают так называемые «центры прибыли». Они определяют заранее сумму прибыли, которую предприятие или группа предприятий (отделение) должны перечислить компании, отдавая остальное в их распоряжение. Таким образом у предприятий появляется заинтересованность получать большую прибыль, чем было запланировано. Опыт подтверждает эффективность такого подхода. Если мы задумаемся в экономическую сущность данного нововведения, то увидим, что это не что иное, как превращение компаниями предприятий в самостоятельных субъектов присвоения продуктов. Обладая полным правом собственности, компания превращает свои предприятия в партнеров по собственности. Она не отказывается от права собственности, а разделяет его со своими предприятиями.

Характерным примером являются отношения головной компании «Мацусита» со своими филиалами. Каждый филиал наделяется так называемым внутренним капиталом, состоящим из нормативного оборотного и основного капиталов. За пользование внутренним капиталом филиал уплачивает компании 1% из расчета месячных, т. е. 12% годовых от суммы капитала. Причем выплата осуществляется помесечно. Это то, что мы называем платой за собственность,— достояние. Кроме того, филиал выплачивает компании сумму, равную 3% от продаж. Это можно рассматривать как плату за управленческие услуги на содержание штаба компании.

После выплаты этих сумм норма прибыли для успешно работающего филиала должна составлять 6—9% от объема продаж. Указанная прибыль делится на две части: 60% идет на выплату дивидендов и налогов, 40% образуют фонд накопленной прибыли. Платежи по дивидендам и налогам перечисляются в компанию также ежемесячно. Нераспределенную прибыль расходует управляющий филиалом по своему усмотрению: на расширение производства, обновление продукции или оборудования и т. п. Могут купить акции, и тогда доходы от них тоже поступают в распоряжение филиала. Таким образом, в текущей деятельности филиал находится на самофинансировании, выплачивая компании ссудный процент за предоставленный ею внутренний капитал.

В случае нехватки оборотных средств филиал обязан обращаться только во внутренний банк компании. При осуществлении крупных проектов их финансирование берет на себя компания. Как видим, это разумное сочетание самостоятельности в текущих делах с возможностью опереться на централизованный капитал

при реконструкциях и скоординировать действия всех филиалов. При оценке деятельности управляющих филиалами учитывается их умение обеспечить определенный уровень прибыли. Так, считается, что если прибыль составляет в течение 2 лет менее 4% от объема продаж, то управляющего следует заменять.

В данном случае компания по отношению к предприятию берет свою часть прибыли за собственность как за достояние, которое должно приносить определенный доход своему владельцу. Здесь нам следует остановиться еще на одной особенности собственности — на ее двойственности, хорошо раскрытой в работе П. Осипенкова [28]. Он предлагает методологию анализа ее как собственности-достояния и собственности-функции. Различие между собственностью-достоянием и собственностью-функцией видно на примере ссудного капитала. В руках банкира этот капитал является собственностью-достоянием, приносящим ему доход в виде процентов за ссуду. Этот же капитал в руках предприятия выступает как собственность-функция. Это собственность на конкретные средства производства в конкретно организованном производственном процессе, приносящая предпринимательский доход. Если собственность-достояние — это просто овеществленный труд, за использование которого предлагается платить проценты, то собственность-функция — это конкретные машины, здания, технология. От того, насколько умело они подобраны и использованы, зависит прибыль предприятия. И если она намного больше, чем плата за собственность-достояние, то это заслуга предприятия, и избыточный доход должен принадлежать ему. Так и поступают наиболее преуспевающие компании, условно играя роль банкира, ссужающего свои предприятия капиталом.

Ошибка нашей экономической политики заключалась в том, что государство не ограничивалось взиманием части прибыли за собственность-достояние, но забирало еще значительную, причем произвольно устанавливаемую часть прибыли от собственности-функции. Ведь что представляла по своей экономической сути плата за фонды? Именно плату за собственность-достояние. Плату за тот овеществленный труд, который общество предоставило в распоряжение предприятия. На каком же основании можно было забирать почти весь доход от собственности-функции? Экономически оправданного основания для этого не было. Если кто-то считал, что плата за фонды, составлявшая 6%, мала, надо было увеличить ее размер. Можно было ее дифференцировать по отраслям. Но абсолютная величина выплаты предприятий государству за пользование собственностью-достоянием должна была быть заранее известна. И тогда коллектив предприятия, пользующийся собственностью-функцией, получал бы свой доход в зависимости от эффективности ее применения. Об этом много писали, но так

этого и не сделали, не сумев выработать методологию определения платы за собственность-достоинство. А теперь решили отказаться и от государственной собственности вообще.

Почему же упомянутые компании не отказываются от собственности в пользу предприятий, а находят способ разделить прибыли? Потому, что важно не столько ювелирно точное распределение прибыли между компанией и предприятием, сколько то, чтобы доля компании была заранее известна и не могла быть произвольно изменена. Как говорят, можно играть по любым правилам, лишь бы они не менялись и не нарушались в ходе игры. У нас же эти правила постоянно нарушались, потому что государство рассматривалось как единственный собственник предприятия. Сейчас же вместо того, чтобы научиться уважать правила, решили отказаться от государственной собственности.

Упомянутые компании не отказываются от собственности предприятий, и предприятия, входящие в компанию, не стремятся стать самостоятельными собственниками потому, что это означало бы для них скорую гибель. Не имея мощных централизованных ресурсов, необходимых для периодического обновления средств производства, эти предприятия в скором времени оказались бы отстающими в конкурентной борьбе. То же самое происходит сейчас с самостоятельными, но не имеющими средств на перевооружение российскими предприятиями.

## 2.2. О выплатах собственникам средств производства

Как известно, одним из фундаментальных положений марксистской теории является утверждение о том, что прибавочный продукт создается только живым трудом, и на этом основании делается вывод, что отчуждение части этого прибавочного продукта владельцами средств производства является эксплуатацией живого труда. Введение в 60-е гг. в советской экономике платы за фонды, по существу, противоречило этому марксистскому положению. Плата за фонды есть не что иное, как признание необходимости выделения части прибавочного продукта государству — собственнику этих фондов.

Несмотря на обилие работ, посвященных обоснованию теории ограниченных ресурсов, методологии измерения приведенных затрат, этот фундаментальный теоретический вопрос остался нерассмотренным. Даже В. В. Новожилов в «Проблемах измерения затрат и результатов при оптимальном планировании» [30] обошел этот вопрос. Он сослался на экономическую практику, признающую принцип применения нормативов эффективности капитальных вложений в проектных расчетах и при определении эффектив-

ности новой техники, а также на введение платы за фонды в 1965 г. Включение платы за фонды в издержки производства под предлогом необходимости учета затрат овеществленного труда, по нашему мнению, нельзя считать обоснованным. Ведь затраты прошлого труда на средства производства уже один раз учтены в себестоимости продукции через амортизационные отчисления в соответствии с той долей их стоимости, которая переносится на продукт труда. Что же это за повторный учет затрат прошлого труда? Совершенно ясно, что наша экономическая наука де факто признала обоснованность отчисления части прибавочного продукта собственнику средств производства — государству, но не пожелала вступать в противоречие с марксистской теорией.

Выскажем некоторые соображения по этому поводу.

Тот факт, что прибавочный продукт создается исключительно живым трудом, нам представляется бесспорным. Маркс убедительно показывает, что если бы владелец средств производства решил обменять их на деньги во время производственного процесса, то он получил бы ту цену, которую заплатил за них ранее. Их стоимость не возрастает в процессе производства. Единственный компонент производственного процесса, который в конце процесса стоит дороже, чем в начале, — это труд. Он создает стоимость большую, чем та, в которую он обошелся организаторам процесса. Но при этом выпадает из поля зрения вопрос о зависимости размера прибавочного продукта, создаваемого действительно только живым трудом, от вооруженности этого труда средствами производства. Если бы средства производства не менялись количественно и качественно, то и размер прибавочного продукта оставался бы прежним, так как не изменялась бы производительность труда. На самом же деле при расширенном воспроизводстве, благодаря повышению вооруженности труда, растет его производительность, увеличивается количество материальных благ, создаваемых живым трудом. Размер этого приращения зависит и от повышения квалификации работников, и от роста их вооруженности средствами труда. Для того чтобы постоянно росла вооруженность живого труда, необходимо часть прибавочного продукта направлять на их создание. Это прекрасно понимал и Маркс, говоря в «Критике Готской программы» о необходимости выделения части общественного продукта на расширение производства.

Теперь рассмотрим механизм этого выделения части прибавочного продукта при частной и общественной собственности, в какой форме оно осуществляется.

В капиталистическом обществе это выделение происходит в виде выплаты части прибыли собственникам средств производства. Мы всегда рассматривали это как неоправданное с точки зрения общества расходование продукта на тех, кто не принимал участие

в его создании. Но если частные лица свой не израсходованный на текущие нужды доход будут превращать только в предметы потребления, то не будет источника для расширения производства. У них будут скапливаться резервы потребительских товаров. Только в том случае, когда часть общественного продукта представлена увеличивающимися по массе и качеству средствами труда, растет производительность. Но для этого кто-то должен согласиться как бы законсервировать свой труд, не обменивать его немедленно на предметы потребления. Чтобы он был на это согласен, необходимо, чтобы он был заинтересован. Заинтересован же он будет в том случае, если на этот законсервированный труд он получит в будущем больше, чем в данный момент. Откуда возьмется это приращение? Из того приращения прибавочного продукта, которое обеспечено ростом фондовооруженности труда. Если благодаря согласию индивида не расходовать весь доход, а часть его направить на оснащение чьего-то живого труда, возросла производительность последнего, т. е. увеличилось количество материальных благ, создаваемых этим живым трудом, то правомерно часть этого приращения отдать тому, кто в свое время отказался от расходования всего своего дохода на потребление. В этом случае субъективное стремление индивидов к приращению ценности их не обмененного на потребительские товары (законсервированного) труда совпадает с объективной заинтересованностью общества в том, чтобы этот сбереженный от потребления труд сегодня направлялся на создание средств производства, позволил завтра увеличить производительность труда, и, следовательно, повысить благосостояние.

Научно-техническая революция и обусловленный ею рост производительности труда позволили повысить в развитых странах благосостояние настолько, что доля дохода, направляемого на сбережение, составляла в 80-х гг. около 12—13% в Западной Европе и около 17—18% в Японии. В результате в Японии масса сбережений населения возросла настолько, что ставки за кредит оказались низкими (5—7%). Это благотворно сказывается на ускорении НТП, так как предприятия могут проводить крупные технические преобразования на заемных средствах. Когда финансовые ресурсы перестают быть дефицитом, естественно снижается плата за них, и это благо для общества, поскольку становится возможным реализовать множество технических решений среднего уровня эффективности, а не только сверхприбыльные. Полезность для общества высокой нормы сбережений, как нам кажется, в свое время не была оценена руководителями экономических ведомств нашей страны. Когда в конце 70-х — начале 80-х гг. стали расти вклады в сберегательных кассах, и их величина оказалась сопоставимой с годовым денежным доходом населения, это вызвало

панику. Стала распространяться версия о возможности одновременного пожелания вкладчиков изъять свои вклады и неспособности государства обеспечить эту денежную массу товарами. На самом же деле опыт многих стран свидетельствует, что вероятность одновременного изъятия ничтожно мала, если только не спровоцировать это изъятие. И вместо того, чтобы поощрять накопление увеличением процентных ставок, вследствие бесконечных разговоров о предстоящем кардинальном повышении цен в стране был создан ажиотажный спрос, который в свою очередь многократно обострил дефицит на все потребительские товары. Отсюда с 1987 г. начал раскручиваться маховик инфляции.

Если бы в то время мы не запугивали самих себя опасностью разового изъятия вкладов, а провели бы анализ причин накоплений, то стало бы понятно, что главная причина — не отложенный (неудовлетворенный) спрос, а естественное желание приобрести дорогостоящие предметы длительного пользования и, что очень важно, иметь страховой запас. Последнее — основная причина стремления людей к владению собственностью вообще. Ведь покупатели акций приобретают их не для того, чтобы стать собственниками средств производства, а для того, чтобы в любой момент превратить акции в потребительские товары или услуги, если окажется, что других источников дохода для этого недостаточно. Приобретение собственности — это только способ получить в требуемый момент больше товаров и услуг, чем в настоящее время. Для большинства — это страховой запас. Если воспользоваться данными, приведенными в «Экономикс» [1, с.105], то после несложных расчетов можно установить, что для 90% населения США поступления в их годовой доход от собственности, которой они владеют, составляют всего лишь около 6%. Владение собственностью для них — страховой резерв, а не основной источник дохода.

Так же и накопления наших граждан в первую очередь составляли страховой резерв, который не мог быть востребован ими одновременно.

Заинтересованность населения в сбережениях — это еще и препятствие для неоправданного роста потребления, искусственного его нагнетания. Когда люди уверены в том, что их сбережения не только не обесцениваются, как это имеет место при инфляции, но наоборот, заключают возможность получения большего количества благ, то они более разумно оценивают сегодняшние потребности. Выплаты по вкладам в сберегательных кассах, правомерность которых не оспаривалась нашими экономистами даже при систематическом снижении розничных цен, это тоже ведь фактическое признание обоснованности выделения части прибавочного продукта владельцам собственности. Ибо государство, которому принадлежа-

ли сберегательные кассы, пускало деньги вкладчиков на расширение производства и за счет повышения производительности труда на принадлежащих ему предприятиях получало возможность выплачивать проценты по вкладам. Вкладчики ссужали государство — собственника предприятий, получая за это ссудный процент. Если строго следовать логике, что получение дохода теми, кто не участвует в процессе производства, — эксплуатация живого труда, то все вкладчики сберкасс есть не кто иные, как хоть и мелкие, но эксплуататоры.

Итак, мы вернулись к вопросу об эксплуатации живого труда собственниками средств производства.

В какой мере присвоение прибавочной стоимости представляет эксплуатацию человека человеком? Как известно, прибавочная стоимость разделяется на три потока: расходуется на накопление, изымается в государственный бюджет, входит в потребление капиталиста. Первые две составляющие, если они не выходят за пределы общественно необходимых затрат, к эксплуатации не отнесешь. Что касается потребления капиталиста, то еще Маркс признавал, что эту часть нельзя считать целиком эксплуататорской. То, что капиталист заработал как организатор, управитель производства, не является отчуждением результатов чужого труда. Он считал эксплуатацией присвоение той части прибавочной стоимости, которая отчуждается как вознаграждение за собственность на капитал.

Прав ли был Маркс, определяя всю плату за собственность как эксплуатацию? По нашему мнению, эксплуатация имеет место, если собственник, пользуясь своим монопольным правом на средства производства, отчуждает от прибавочного продукта больше того, что необходимо для нормального расширения производства.

В то время, когда Маркс анализировал современную ему экономическую практику, именно такое чрезмерное отчуждение имело место. Рабочие подвергались явной эксплуатации, получая значительно меньше того, что им причиталось во вновь созданной стоимости.

Почему же это происходило?

Во-первых, поскольку средства производства были дефицитом, а рабочие руки — в избытке, владельцы средств производства выступали на рынке труда монополистами. Они диктовали цену труда.

Во-вторых, потому, что нанимаемые рабочие не были объединены и не могли противостоять собственнику средств производства как равный партнер при обмене на рынке. Законодательство капиталистических стран запрещало объединение рабочих под страхом уголовного преследования. Извлекая прибыль сверх той нормы, которая бы обеспечивала расширенное воспроизводство,



капиталисты получали возможность обращать в личное потребление значительную часть прибавочного продукта. Расслоение на богатых и бедных было столь очевидным, что несправедливость такого распределения вновь создаваемой стоимости не вызвала сомнений.

Видимо, прав профессор Г. Чибриков, который считает, что «традиционная трактовка эксплуатации в своих основных чертах отнеслась к индивидуальной капиталистической собственности. И, конечно, она требует уточнения в преддверии нового тысячелетия. Современные данные дают достаточно веские аргументы, дабы усомниться в незыблемости утверждения, что норма прибавочной стоимости есть точное выражение степени эксплуатации наемных работников капиталом» [35, с. 73].

Что же изменилось с тех пор?

Во-первых, легализация профсоюзов позволила наемным работникам противостоять собственникам средств производства в борьбе за заработную плату. В настоящее время при заключении коллективных договоров с привлечением квалифицированных экспертов профсоюзы в состоянии анализировать размеры прибыли, направления ее расходования и добиваться повышения заработной платы. Да и противостоят им в этой борьбе не сами собственники, а управляющие, которые в случае уступок не расплачиваются личными средствами. Поэтому возможность получать из вновь созданной стоимости намного больше того, что необходимо для расширенного воспроизводства, значительно уменьшилась.

Во-вторых, повсеместное внедрение массового производства обусловило заинтересованность производителей в наличии массового покупателя. А массовый покупатель — это как раз и есть наемные работники. Еще Г. Форд писал о том, что, повышая своим работникам заработную плату, он создает потенциальных покупателей своих же автомобилей.

Резкое расслоение общества противоположано массовому производству. Оно требует достаточно равномерного распределения благ. Да и с точки зрения социальной стабильности гомогенизация общества представляется правящим кругам промышленно развитых стран предпочтительной.

В-третьих, в развитых странах создан достаточно мощный производственно-технический потенциал и накоплены финансовые ресурсы. Капитал уже перестал быть таким дефицитным, каким он был в середине прошлого века. И, соответственно, владельцы капитала утратили прежние монопольные позиции и возможность назначать цену за пользование капиталом по своему усмотрению.

В-четвертых, изменилось соотношение доли живого труда и средств производства в повышении производительности труда. В пору внедрения машинного производства прирост производительно-

сти труда достигался преимущественно за счет сокращения затрат физического труда путем механизации операций. Механизация, а затем и автоматизация операций требовали постоянного наращивания количества средств труда. Отсюда постоянная потребность в них. Дефицит средств труда ограничивал возможность повышения производительности труда. Сегодня этот процесс замены труда человека машинами, его физической энергии энергией электрической, гидравлической и т. п. в большинстве сфер производства в основном завершен. Главным источником дальнейшего роста производительности труда становятся человеческие знания.

Отражают это понятия «технологическая революция», «информационная революция», «наукоемкая продукция». Наиболее высокие темпы роста производительности труда не в США, обладающих самым мощным производственно-техническим потенциалом, а в Японии, располагающей высококвалифицированными и мотивированными работниками и использующей более эффективную систему управления. Японские экономисты конструировали синтетический показатель научно-технического уровня. Приняв этот показатель за 100% для США, они получили 45,5% для Японии, 47,5 — для Западной Германии, 35,9% — для Франции [32].

США превосходят по техническому уровню своих партнеров в 2—3 раза, но по оценкам американских же специалистов [9] уступают в росте производительности труда.

И уже в целом ряде случаев оказывается справедливым пророчество Маркса, который писал: «Теперь рабочий уже не помещает в качестве промежуточного звена между собой и объектом модифицированный предмет природы, теперь в качестве промежуточного звена между собой и неорганической природой, которой рабочий овладевает, он помещает природный процесс, преобразуемый им в промышленный процесс. Вместо того, чтобы быть главным агентом производства, рабочий становится рядом с ним» [33, с. 213]. Действительно, по мере ускорения НТП главным богатством страны становятся не природные ископаемые, не средства производства, а накопленные знания, помогающие помещать между человеком и объектом труда модифицированные природные процессы. Например, биотехнологические процессы, которые позволяют достигать полезных превращений вещества, не прибегая к механическим или химическим воздействиям: они повышают выход продукции агроценозов без механической обработки почвы и применения искусственных удобрений и прочих химикатов. Созданы очистные сооружения на принципах биологической очистки, ведутся работы по извлечению цветных металлов из руд биологическим путем, разработаны технологии получения биогаза, спирта, сахара из отходов древесины, нефтепродуктов [34]. Все это подтверждает возрастание роли живого труда, его качества по

сравнению со средствами производства в увеличении производительности труда, росте общественного богатства. Сегодня уже ни у кого не вызывает сомнения тезис, согласно которому богатство общества в первую очередь определяется квалификацией его членов.

Не случайно японцы шутят, что главное богатство японца находится у него под шляпой.

Все больше распространяются представления об эффективности инвестиций в человеческий капитал. Лауреат Нобелевской премии в области экономических наук за 1992 г. Беккер, занимающийся теорией человеческого капитала, доказывает, что инвестиции в него дают самую высокую отдачу. Прибыль от вложений в человеческий капитал превышает не только прибыль от вложений в новейшую технику, но уже и прибыль от вложений в НИОКР, которая еще недавно считалась самой высокой. Так, норма отдачи от вложений в высшее образование по его оценке составляет 22% для США.

В то же время становится все более очевидным, что инвестиции в человеческий капитал (образование, здравоохранение, миграция) должны осуществляться преимущественно обществом. Следовательно, и та часть прибыли, которая воплощает эффект от этих инвестиций, должна отчуждаться обществом. Отсюда вытекает уменьшение доли прибыли, причитающейся собственникам средств производства.

В настоящее время доход от владения собственностью составляет в национальном доходе США около 20% [1, с.105]. Эта пропорция остается практически неизменной уже несколько десятилетий. А в Японии доля этого дохода составляет лишь 10%. Можно ожидать сокращения платы за собственность вследствие повышения роли живого труда.

Как видим, глобальные изменения, происшедшие со времени Марксовых исследований, были объективно направлены на уменьшение степени эксплуатации, на приближение отчислений собственникам к той норме, которая требуется для расширения воспроизводства. Не проводя специальных исследований, невозможно сказать, какова в настоящее время степень эксплуатации в развитых странах. Но то, что она существенно снизилась по сравнению с серединой XIX в., нам представляется вероятным. В этом отношении предвидение Маркса, известное как закон абсолютного и относительного обнищания рабочего класса, не сбылось.

По поводу этого несбывшегося предсказания в последнее время раздается немало упреков в адрес Маркса. Непонятно, почему никому не приходит в голову упрекать Ньютона в том, что открытые им законы оказались справедливыми не во всех случаях жизни. Ведь он распространял их действие на все явления. Почему

же ученый-физик может ошибаться в определении сферы применения открытых им закономерностей, а ученый-экономист — нет? Причем наиболее критично настроенными стали те, кто ранее веровал в непогрешимость Маркса. Но их никто не принуждал к верованию. Маркс первый призывал подвергать все сомнению и верить не авторитетам, а доказательствам. Нет ничего удивительного в том, что одна из наблюдаемых им закономерностей оказалась ограниченной по сроку действия.

Вообще проявившийся в нашей экономической литературе в последние годы нигилизм по отношению к марксистской теории достоин сожаления. Вместо того, чтобы переосмыслить те положения, которые действительно устарели, сохранив то, что продолжает оставаться ценным, без доказательств отвергается все.

Западные экономисты в свое время, отмечая 100-летие со дня выхода «Капитала», говорили, что они не желают отдавать Маркса целиком коммунистам. Невзирая на общую революционную направленность его теории, они считали обязательным использовать те ее разделы, которые раскрывают общие закономерности экономического развития. А наши недавние коммунисты-ученые открещиваются от Маркса, превосходя в рвении своих западных учителей.

Резюмируя сказанное, можно констатировать, что отчуждение части прибавочного продукта собственниками средств производства не во всех случаях является эксплуатацией живого труда, а только в том, когда это отчуждение превышает величину, требуемую для стимулирования сбережений, необходимых для обеспечения расширенного воспроизводства средств труда.

Фактически сложившаяся величина прибыли на вложенный капитал составляет около 5%. Значительное и длительное превышение этой нормы, как показал Кейнс [24], приводит к чрезмерному накоплению в ущерб потреблению и, соответственно, к сворачиванию производства. В конечном итоге оно оказывается невыгодным и самим собственникам средств производства.

Если попытаться прогнозировать тенденции изменения нормы прибыли на вложенный капитал, то отмеченные ранее повышение роли качества живого труда в росте его производительности и возрастание применения природных процессов в промышленном производстве должны способствовать снижению нормы прибыли. В конечном итоге эта тенденция должна привести к отмиранию частной собственности.

Теперь, уточнив понятийный аппарат, можно переходить к рассмотрению различных форм собственности в современном капиталистическом обществе. Поскольку корпоративную собственность, являющуюся основой современной цивилизации, мы уже в какой-то мере рассмотрели, имеет смысл остановиться на классической

частной собственности, государственной, кооперативной и коллективной собственности работников. Эти формы собственности, не являясь основными, играют огромную роль в жизни развитых государств.

### 2.3. Классическая частная собственность

Главным признаком классической частной собственности мы предлагаем считать совмещение ее владельцем функций собственности и управления. Не столь важно, один это собственник или их несколько, т. е. идет ли речь об индивидуальной или партнерской собственности. Важно, что, принимая решения, управляющий рискует своим, а не чужим капиталом. И потому в такой фирме действительно есть хозяин — предприниматель. Именно это условие — персональную ответственность за риск принимаемых решений — Людвиг Эрхард считал вообще оправданием частной собственности [7]. Гэлбрейт, как отмечалось ранее, предложил именовать совокупность предприятий с такой формой собственности рыночной системой. Какими же достоинствами обладают эти предприятия, что дает им возможность выжить в конкурентной борьбе с гигантскими корпорациями? Первым достоинством является динамичность. Малое количество сотрудников не требует сложной организации, и поэтому взаимоотношения могут легко перестраиваться при изменяющейся ситуации. Отсутствие нескольких уровней управления способствует быстрому прохождению информации снизу вверх и сверху вниз. Это качество очень важно, когда надо приспосабливаться к многообразию требований в пространстве и времени. Так, например, в сфере услуг, розничной торговли приходится считаться с различными вкусами, перепадами настроений клиентов. Это, можно сказать, изменения в пространстве. Динамичность является еще более необходимой, когда приходится приспосабливаться к быстро меняющимся во времени требованиям науки и техники. Позднее мы рассмотрим, в каких сферах народного хозяйства это достоинство мелких предприятий делает их незаменимыми.

Вторым достоинством является личная заинтересованность руководителей в успехе. Если для технократуры успех — это условие служебного роста, повышенной оплаты, то здесь это вопрос существования. Поэтому отдача умственной энергии, времени у руководителей-собственников максимальная.

В-третьих, руководитель-собственник, имея право принятия решений без согласования с кем-либо, принимает их быстрее. Поэтому малые предприятия не только способны быстро маневрировать, но и раньше приступают к маневру.

Но есть у малых предприятий и слабые стороны, ограничивающие сферу их эффективного функционирования.

Во-первых, это высокие издержки. Невозможность глубокого разделения труда в пределах малой фирмы и нецелесообразность использования дорогостоящей современной техники из-за малых объемов производства приводят в большинстве случаев к превышению издержек на единицу выпускаемой продукции в малом бизнесе по сравнению с крупными корпорациями.

Во-вторых, это невозможность воздействовать на окружающую среду. Если крупные корпорации способны осуществлять маркетинг, в том числе влиять на потребности, на цены, то малые фирмы этой возможности лишены. Они полностью зависят от окружения. Общественная мораль капиталистических стран восхищается частником, его свободомыслием. Его прославляют как опору демократии. Но это вовсе не так. «Живя вне организации, он, как считают, наслаждается независимостью от дисциплины организации. Никто не отдает ему приказаний, никто не присматривает, как он работает. Он может прямо смотреть в глаза любому человеку. Остается незамеченным, что часто это только осторожность, конформизм, угодливость, даже раболепство человека, чье благополучие находится во власти покупателей», — говорит Гэлбрейт по этому поводу [3, с. 108].

Остается добавить, что частник находится также и во власти банков, чиновников, муниципалитетов, различных инспекций и т. п. Мелкий предприниматель на самом деле гораздо менее свободен, чем наемный работник, ибо последний получает указания только от одного производственного начальника и только в области технологии и производственной организации. А владелец мелкой фирмы имеет десятки, а то и больше сотни связей, и везде он подчинен. Немецкие исследователи зафиксировали, что для открытия частного пансионата надо получить больше ста разрешений. И даже владелец частного пассажирского автобуса связан множеством правил, инструкций. Достаточно, чтобы в муниципалитет на него поступило несколько жалоб за нарушение расписания, чтобы лишиться лицензии. Владелец магазина, раньше времени закрывший магазин, рискует быть оштрафованным, а при повторных нарушениях лишится лицензии. Поскольку любой действующий человек всегда нарушает какие-то незыблемые инструкции, да еще и по компетентности в узком вопросе предприниматель уступает чиновнику-специалисту, то в зависимом положении находится он — предприниматель. Можно ли считать все эти правила, инструкции ненужной регламентацией? Нет. Потому что нельзя жить в обществе и быть свободным от него.

Полная экономическая свобода частнособственнических предприятий, проповедуемая некоторыми нашими учеными, нигде в мире не существует. «Отношения с государством ограничиваются

выплатой налогов в госбюджет с соблюдением общего для всех законодательства в плане использования окружающей среды, земельного пользования» — предлагают в докладной российскому президенту Л. Пияшеву, В. Селюнин, С. Алексеев и др. [36]. Речь идет о наиболее разумном способе приватизации. Они, очевидно, забыли о целом ряде накладываемых во всем мире ограничений, касающихся безопасности продукции и производства, продолжительности рабочего дня и минимальной заработной платы. О квотах и минимальных закупочных ценах на сельскохозяйственную продукцию в ряде стран. О дотациях, предоставляемых в ряде случаев, когда производство необходимо обществу, но по объективным причинам нерентабельно. Этот перечень можно продолжить. Ограничения, накладываемые обществом на деятельность частного предпринимателя, — это отражение той объективно существующей взаимозависимости, которая является следствием углубляющегося разделения труда. Эти ограничения неизбежны для любого субъекта экономических взаимоотношений, но чем меньше его значимость, тем меньше степень его свободы. Кстати, несколько слов о политическом аспекте свободы. Утверждения о том, что именно свободный предприниматель — основа демократии, тоже представляются сомнительными. Наемный рабочий может иметь любые взгляды и при наличии профсоюзов и соблюдении законов не бояться их высказывать. Владелец лавки, высказавший неординарные взгляды, может остаться без покупателей. Он вынужден придерживаться их взглядов. Поэтому Гэлбрейт и говорит о конформизме мелких собственников. Так что в качестве оплота демократии их представить трудно.

В-третьих, мелкие фирмы подвергаются эксплуатации со стороны крупных корпораций. Крупные корпорации эксплуатируют работников мелких фирм по нескольким направлениям. Как продавцы они назначают цены, обеспечивающие им приемлемый уровень прибыли, не считаясь с тем, устраивают ли эти цены покупателей. Будучи монополистами, они в состоянии диктовать свои цены. Этот факт подтверждают даже такие последовательные поклонники чисто рыночной экономики, как Самуэльсон, Макконнелл, Фридман. Как покупатели продукции малых фирм они тоже диктуют им свои цены, почти всегда существенно заниженные.

Так, В. Цветов приводит факты, когда «Тоёта», покупая отдельные комплектующие изделия, в 1,5—2 раза занижала цену по сравнению с той, которая была проставлена в ее спецификациях [37]. Будучи заинтересованными в гарантированном сбыте своей продукции, который обеспечивают мелким фирмам корпорации своими большими заказами, первые соглашались на кабальные условия по ценам. Хозяева мелких предприятий вынуждены урезать зарплату своим работникам и сами удовлетворяться незна-



чительной прибылью. По выражению Гэлбрейта, мелкий предприниматель прибегает к самоэксплуатации и эксплуатации своих рабочих, чтобы выжить. Средняя заработная плата работников мелких фирм в США, по его данным, на 15—20% ниже, чем в крупных корпорациях. Аналогичные данные можно найти по Японии и западноевропейским странам. Причина такой дискриминации, а точнее, эксплуатации работников малых фирм, состоит не только в навязывании корпорациями цен, превышающих общественно необходимые затраты при продаже и заниженных при покупке, но и в разных условиях заключения соглашений об оплате между хозяином и наемными работниками в мелких фирмах и между менеджерами корпораций и профсоюзами. В первом случае, как правило, рабочие не объединены в профсоюзы и поэтому не могут противостоять хозяину как партнеры по переговорам. Он может диктовать им условия. Но он не только может тормозить рост зарплаты, он вынужден это делать, поскольку переложить возросшие в связи с повышением зарплаты издержки на покупателя, как это делают корпорации, он не способен. Таким образом, мелкий предприниматель зачастую не столько сам эксплуатирует своих работников, сколько является орудием эксплуатации в руках крупной корпорации, которая присваивает себе часть труда работников рыночной системы. Сами мелкие предприниматели при этом нередко оказываются тоже эксплуатируемыми. Их доход в пересчете на час работы оказывается зачастую ниже почасовой заработной платы их же наемных работников, поскольку работают они сверхурочно. Так, многие фермеры работают в среднем по 12 часов. Такие неравные условия оплаты приводят к тому, что привлекать квалифицированных специалистов, вкладывать средства в дальнейшее повышение их квалификации малые фирмы не в состоянии. А это, в свою очередь, сказывается на техническом уровне производства.

В-четвертых, малые предприятия имеют меньше возможностей для проведения рискованных реконструктивных мероприятий. Крупная компания, располагающая большими капиталами, может поочередно расходовать их на реконструкцию отдельных участков. Риск, связанный с неудачей, считается допустимым, так как не грозит крахом компании. В малой фирме капиталов для проведения серьезной реконструкции недостаточно. Они вынуждены брать средства в кредит и в случае неудачи расплачиваются своим существованием. Поэтому получается, что хозяин-частник имеет право рисковать, поскольку ему не надо получать чьего-то разрешения. Но ему рисковать гораздо опаснее, и потому он к риску менее склонен. Да и банки, предоставляющие ссуду, требуют серьезных обоснований. В итоге малые предприятия по техническому оснащению, как правило, отстают.

Теперь рассмотрим сферы применения частной индивидуальной собственности.

Одной из базовых для частной собственности отраслей в капиталистической системе является сельское хозяйство, поскольку здесь невозможны стандартизация операций и централизация управления, необходимые крупному массовому производству. Очень интересный анализ положения фермерских хозяйств в США приведен в «Экономикс» [15, с.239—241].

Во-первых, оказывается, что из 2176 тысяч фермерских хозяйств только 600 тысяч можно всерьез относить к товарным хозяйствам. Остальные 1,5 миллиона авторы называют сельскими домами, или любительскими фермами, так как они не дают дохода, достаточного для проживания семьи. Эти 1,5 миллиона фермеров значительную часть своего заработка получают от несельскохозяйственной деятельности. Их совокупный вклад в сельскохозяйственное производство составляет лишь 15% объема продаж сельскохозяйственной продукции. Но если мы возьмем 600 тысяч товарных ферм, то мы увидим, что и здесь не все одинаково. 30 тысяч крупных товарных ферм с объемом продаж более 0,5 млн дол. дает 1/3 всего объема продаж и еще 70 тыс. ферм с объемом продаж от 0,25 до 0,5 млн дают еще 17%. В итоге 100 тысяч ферм дают половину всего сельскохозяйственного производства. Крупная высокомеханизированная и автоматизированная ферма — вот основа сельского хозяйства США. И такая ферма требует очень больших капиталовложений. Поэтому, рекомендуя переводить наше сельское хозяйство на фермерский вариант, следует задуматься прежде всего об оптимальных размерах этих хозяйств. Опыт США свидетельствует о неэффективности хозяйств с площадью угодий в несколько десятков гектаров. Между тем сельское хозяйство ведется в благоприятных климатических условиях, аналогичных нашей Кубани. А если товарное производство возможно при сравнительно больших размерах, то в наших условиях это уже не индивидуальные фермы, а коллективные хозяйства.

Во-вторых, оказывается, что в США средний доход фермеров ниже, чем работников промышленности. В 1986 г. 20% фермерского населения жило в бедности по сравнению с 14% для всей экономики в целом. И это при том, что владельцы мелких ферм значительную часть дохода (около 50%) получают от несельскохозяйственной деятельности. Подтверждается общее положение о том, что планирующая система эксплуатирует рыночное хозяйство. Даже крупные товарные фермы не могут диктовать рынку свои цены и потому нередко вынуждены соглашаться на цены, дающие меньший уровень прибыли, чем в целом по народному хозяйству. Не желая мириться со стихией рынка, фермеры через свои

ассоциации добиваются от государства установления минимума закупочных цен или дотаций. В европейских странах достаточно распространенной стала ситуация, когда ферма принадлежит банку, а фермер является арендатором.

Регулируемые цены и арендные отношения являются свидетельством проникновения новых производственных отношений даже в такую, казалось бы, сугубо частнособственническую сферу, как сельское хозяйство. Ведь фермера-арендатора уже не назовешь мелким собственником, хотя и наемным работником в обычном понимании этого слова его тоже назвать нельзя. Он использует чужую собственность, но непосредственно заинтересован в результатах своего труда. В европейских странах, как известно, широко распространено кооперирование в инфраструктуре сельскохозяйственного производства. В Австрии, Германии, Швеции до 70—80% сельскохозяйственной продукции проходит через кооперативы. Кооперативы снабжают фермеров семенами, удобрениями, запасными частями. Они обеспечивают ремонт сельхозтехники, агротехническое обслуживание, переработку, транспортировку и продажу сельхозпродукции. В Европе фермеры индивидуально осуществляют только собственно производственный процесс.

Благодаря кооперированию в Европе оказываются жизнеспособными более мелкие хозяйства. Но их уже нельзя называть в полной мере частными, индивидуальными. Да и жизнеспособность их поддерживается государством, оказывающим значительную помощь в виде дотаций, на которые расходуется немалая часть государственного бюджета.

Другой областью функционирования частной индивидуальной собственности является розничная и мелкооптовая торговля, сфера услуг. Профессор П. Любимов пишет о том, что в США 11 миллионов частных собственников в несельскохозяйственном секторе, имеющих совокупную долю в валовом доходе страны всего лишь 6%, «обеспечивают всех американцев первоклассной и дешевой системой бытовых услуг, великолепно налаженной системой розничной и оптовой торговли, ремонтно-строительных работ, продукцией «местной промышленности»... вкусно, обильно, по дешевым ценам с немыслимым разнообразием кормят свой народ» [38]. Очевидно, это именно та область народного хозяйства, где при современном уровне научно-технического прогресса невозможно широкое применение техники и поэтому нет необходимости в крупных капиталовложениях. В то же время дифференцированность производственных условий настолько велика, что создание организаций нецелесообразно. Поэтому частная индивидуальная собственность наилучшим образом отвечает специфике этой сферы народного хозяйства при любом общественном строе. Такой частный собственник, как правило, не только никого не эксплуатиру-

ет, но зачастую сам, как справедливо отмечает Любимов, является эксплуатируемым.

Средний доход мелкого предпринимателя за вычетом издержек зачастую оказывается ниже заработной платы наемных работников при том, что продолжительность его рабочей недели нередко в 1,5 раза больше. Так что за самостоятельность и надежду разбогатеть большинству мелких предпринимателей этой сферы приходится расплачиваться огромными дополнительными трудозатратами.

Еще одна все более расширяющаяся сфера успешного функционирования частной индивидуальной собственности — малые промышленные предприятия и фирмы повышенного риска.

Еще 20—30 лет назад достаточно обоснованными выглядели предположения, что в массовом производстве не останется места малым предприятиям. Но появление новых средств информации и развитие сети энергоснабжения позволили рассредоточить само производство. Оказалось возможным изготовление многих деталей, узлов, метизов на малых предприятиях, комплектующих своими поставками огромные компании. Так, в Японии около 55% стоимости реализованной продукции приходится на мелкие и средние предприятия. К таковым по японской классификации относятся предприятия с численностью работающих до 300 человек и капиталом менее 650 тыс. дол. Увеличение числа таких малых и средних предприятий происходит в США и в Западной Европе. Они оснащены новейшими средствами производства и потому имеют низкие издержки. В то же время они достаточно мобильны благодаря отсутствию сложной иерархической системы управления. Их существование не только не представляет угрозы крупным компаниям, но, наоборот, очень выгодно им. Мы уже говорили о неравном партнерстве, позволяющем крупным корпорациям эксплуатировать малый бизнес. Поэтому корпорации зачастую финансируют создание малых фирм, приобретая тем самым не только производственно, но и финансово привязанных к себе сателлитов.

Известно, что такие крупные компании, как «Тоёта» в Японии, «Дженерал Моторс» в США, имеют десятки тысяч мелких и средних поставщиков. Рассредоточение производства благоприятно с экологической и социальной точек зрения и потому оно объективно оправдано. Можно предполагать, что использование природных процессов в производстве усилит эту тенденцию.

Научно-техническая революция породила еще одно явление — фирмы повышенного риска, действующие в области передовых технологий. Новые информационные технологии зачастую позволяют отказаться от сосредоточения большого количества научных сотрудников в огромных исследовательских центрах. Отказ от огромных организаций, переход к мелкому, наукоемкому бизнесу сопровождается снижением издержек и повышением скорости проведения исследований.

По данным А. Стерлина, до 95% радикальных изобретений во второй половине XX в. приходится на долю этих фирм риска [39]. Он приводит информацию о том, что на доллар затрат, вложенных в НИОКР, эти малые фирмы разрабатывают в 24 раза больше нововведений, чем гигантские концерны. И по скорости прохождения всех этапов НИОКР они примерно на треть опережают научные подразделения крупных компаний. Но и эти малые фирмы повышенного риска ни в коей мере не являются конкурентами крупных компаний. Им не приходится бороться с гигантами. Наоборот, крупные компании создают венчурные фирмы, финансирующие эти малые фирмы. Венчурные фирмы (инвестиционные фирмы рискованного капитала) в США сейчас имеют уже капитал около 24 млрд дол. Почему крупные компании поощряют создание фирм риска в области передовых технологий? Потому что основатели этих мелких фирм, как правило, высококвалифицированные специалисты, неограниченно расходуют свое время и энергию, личные сбережения и накопления родных и единомышленников на решение проблем, которые все равно пришлось бы решать, но с гораздо большими издержками, если бы это делалось за счет компании. При неудачах, а они имеют место в 90% случаев, основная тяжесть потерь приходится на предпринимателей-ученых и только часть на венчурные фирмы. В случае успеха мелкие фирмы в большинстве случаев покупаются крупными компаниями вместе с их научными разработками.

Таким образом, мы видим, что малый бизнес как в массовом производстве, так и в науке удачно дополняет крупные корпорации, находясь у них в явном или завуалированном подчинении. С развитием НТР сфера функционирования малого бизнеса не только не сокращается, как это предполагалось в 60-е гг., но, наоборот, расширяется.

Частная индивидуальная собственность успешно функционирует в таких сферах, как здравоохранение, адвокатура, гостиничное хозяйство, обслуживание развлечений и т. п., заполняя те ниши, которые не заняты государственными службами или корпорациями.

В заключение нам хотелось бы отметить, что при всей эффективности частной индивидуальной собственности в тех сферах, где она применяется, не она определяет облик экономики в развитом обществе.

#### 2.4. Государственная собственность

Второй по значимости после корпоративной в промышленно развитых странах является государственная собственность. Ряд западноевропейских государств — Австрия, Франция, Италия, Ве-

Великобритания, Португалия и некоторые другие — обладают значительным государственным сектором. В целом по ЕЭС во второй половине 80-х гг. в госсекторе работало 12% трудоспособного населения и производилось 13% валового национального продукта. В госсектор стран ЕЭС направлялся 21% инвестиций. Удельный вес государственной собственности в этих странах колеблется от 20 до 40% от всей собственности страны. Существует в рамках ЕЭС Европейский центр государственного предпринимательства (ЕЦГП), объединяющий менеджеров государственного сектора.

Наиболее развит госсектор в Австрии, где вклад его в валовой продукт составляет 28%, во Франции — 18%, в Португалии — 24%. Среднего уровня развитие госсектора достигло в Германии, Испании, Бельгии, Ирландии, где этот показатель составляет 9—14%. Наиболее низкая доля госсектора в Великобритании, США, Японии, где его доля в валовом продукте — 7—8% [53].

Несмотря на такие значительные колебания доли госсектора в разных странах, есть общие закономерности в сферах его использования. В большей или меньшей степени под контролем или в собственности государства находятся все виды транспорта. Это железные и автомобильные дороги, аэропорты, морские и речные порты. В некоторых государствах только магистральные дороги принадлежат государству, а региональные находятся в частной собственности или принадлежат компаниям, в которых государство имеет контрольный пакет акций. В других странах железные дороги принадлежат государству, а автомобильные — частным компаниям. Авиакомпании, железнодорожные компании тоже зачастую принадлежат государству или находятся под его контролем. Разные могут быть варианты, пропорции, но везде транспорт находится в поле зрения государства.

Вторая сфера влияния госсектора — это энергетика. Во Франции, например, особенно успешно осваивавшей атомную энергетику, она принадлежит государству почти целиком. В Великобритании государству принадлежит угольная промышленность. Газопроводы и заводы по переработке газа относятся к государственной собственности в Германии. Даже в США энергетика находится в значительной мере в ведении государства, свидетельством чего является само существование в этой стране Министерства энергетики.

Третьей сферой является связь. Сюда входят все виды связи — почта, телеграф, телефон, телевидение. Во Франции, Австрии, Финляндии учреждения связи являются собственностью государства, а в США только находятся под его контролем. Диапазон степени участия различен, но это тоже сфера применения государственной собственности.

Четвертая сфера — разведка и разработка полезных ископаемых.

Пятая — муниципальное хозяйство. Строительство жилья, здравоохранение, образование, инженерные сети, местный транспорт в большей или меньшей степени принадлежат государству. Особенно активно занимаются этим Скандинавские страны, Австрия, Франция. Причем во всех странах прослеживается тенденция к увеличению влияния государства.

Все перечисленные сферы государственного участия — это инфраструктура, обеспечивающая жизнедеятельность товаропроизводителей. А какова роль государства в самом производстве продукции? Это оздоровление старых отраслей (черной металлургии, судостроения), необходимых промышленности, а также обеспечивающих занятость, но нерентабельных в данный период и потому могущих зачахнуть. В таких случаях государство национализует их и путем мощных финансовых инъекций придает им жизнеспособность.

Кроме того, в ряде стран государство держит в своей собственности стратегически важные с точки зрения обороноспособности и поддержания высокого научно-технического уровня предприятия, научные комплексы, университеты. Это аэрокосмическая, атомная, автомобилестроительная, электронная, нефтеперерабатывающая отрасли. Прекрасно работающие автомобильные компании «Рено» и «Фольксваген» являются государственной собственностью.

Наконец, научно-промышленные предприятия строятся за государственный счет или с привлечением государственных средств с целью обеспечения занятости в регионах. Основными объектами такой политики в ЕЭС были север и запад Великобритании, юг Италии, французское Средиземноморье, а также Греция, Испания, Португалия.

Можно выделить общие принципы, определяющие необходимость участия государства как собственника в перечисленных сферах экономики.

Во-первых, потребность в крупных капиталовложениях при низкой рентабельности. Это прежде всего относится к отраслям экономической инфраструктуры (энергетика, транспорт, связь), традиционно не представляющим интереса для частного капитала. Это относится и к таким требующим крупных капиталовложений объектам, как освоение новых месторождений, непромышленных регионов, а также реализация крупных научно-технических программ.

Во-вторых, недопустимость зависимости от решений частных лиц в вопросах, представляющих особую общественную значимость. Это о них сказал Гэлбрейт: «Единственным ответом для этих отраслей является их полная организация в условиях государственной собственности. Это новый социализм, который не стремится к командным высотам, а ищет слабые звенья» [3, с. 349].



В-третьих, необходимость централизованного управления некоторыми объектами или, по крайней мере, координации их деятельности. Например, система аэропортов страны должна развиваться по единой программе. Энергосистема наиболее эффективно используется при наличии централизованного управления и т. п.

По степени принадлежности государству и методам управления государственные предприятия можно разделить на 3 группы:

- организации, не входящие в состав государственных органов, но управляемые ими в обычном административном порядке. Это учреждения почты и связи, больницы, музеи, национальные издательства, университеты. Они находятся на бюджете;

- фирмы, капитал которых практически полностью принадлежит государству, но деятельность строится на коммерческой основе. В текущей деятельности они имеют полную хозяйственную самостоятельность. Среди них банки, компании по управлению портами, лесохозяйства, компании по добыче и переработке нефти;

- компании, в которых государство имеет контрольный пакет акций. Сейчас это самый распространенный вид государственной собственности. Причем он распространяется двояко. С одной стороны, государство, проводя приватизацию, зачастую продает предприятия не полностью, а частично, оставляя в своем распоряжении контрольный пакет акций. С другой стороны, государство покупает у частных компаний акции, становясь фактическим распорядителем этих компаний. Поэтому удельный вес компаний, находящихся под государственным контролем, значительно больше, чем указанная доля государственного имущества в совокупной собственности страны. Происходит сращивание государственной и корпоративной собственности, причем не только в рамках одной страны. Иностранные или транснациональные компании нередко приобретают акции государственных компаний, а государственные компании или само государство приобретает их акции.

Таким образом, реальная экономическая жизнь подтверждает высказанное ранее суждение о фактической неотличимости корпоративной и общенародной собственности. Можно ли назвать частной компанию, акционерами которой являются не только юридические лица, объединяющие вклады сотен тысяч индивидов, но и государство, представляющее все общество. Точно так же нельзя с полным основанием называть общенародной собственность компании, находящейся под контролем государства, но выплачивающей дивиденды десяткам или сотням тысяч физических лиц. Форма собственности перестает быть отличительным признаком для этих компаний. Их можно различить по тому, чьи интересы в большей степени определяют их деятельность.

Деятельность компаний, полностью принадлежащих государству, находится под контролем правительственных учреждений.

Высший эшелон управления состоит из наблюдательного совета, президент которого назначается правительством, и дирекции. Совет включает представителей государственных органов, специалистов-профессионалов и представителей трудового коллектива, избираемых им. Дирекция назначается наблюдательным советом. Государство заключает с компанией контракт сроком на 3—5 лет, определяющий объем и номенклатуру продукции и ценовую политику.

Компании, частично принадлежащие государству, в значительно меньшей степени связаны обязательствами перед ним. Здесь государственное воздействие осуществляется через президента и членов совета, на назначение которых государство оказывает влияние как владелец контрольного пакета акций.

Чем меньше вмешательство государства в оперативную деятельность принадлежащих ему предприятий, тем она успешнее. Можно привести массу примеров высоко rentабельных и выпускающих высококачественную продукцию государственных предприятий. Это «Рено» во Франции, «Зальцгитер» и «Фольскваген» в Германии, «Собена» в Бельгии, «Холдинг НРИ» в Италии и другие. Чем же тогда объясняется тенденция к приватизации, обозначившаяся в 80-х гг. во многих развитых странах?

Если говорить в широком плане, то приватизация является лишь одним из аспектов политики дерегулирования экономики, означающей уменьшение вмешательства общества в хозяйственную деятельность частных компаний. О причинах ее распространения в 80-х гг. в капиталистическом мире мы поговорим более подробно в пятой главе при рассмотрении взаимоотношений государства и отдельных товаропроизводителей.

В узком смысле приватизация означает полную или частичную передачу права собственности на капитал определенного государственного предприятия акционерному обществу или частному лицу. Сторонники приватизации полагают, что передача предприятий в частные руки повысит их эффективность, так как государственной собственности, по их мнению, присущи следующие недостатки:

- низкая rentабельность, которая в свою очередь определяется недостаточной заинтересованностью менеджеров, выбором неоптимальных решений из-за нарушения рыночных принципов, некомпетентным вмешательством правительственных чиновников;

- инерционность в вопросах изменения конъюнктуры цен в силу излишней централизации управления.

Рассмотрим эти соображения.

Начнем с низкой rentабельности, которая, якобы, является неизбежной для государственных компаний. Это не совсем так. Действительно, многие государственные компании малорентабельны. Но не потому, что они государственные, а потому, что отрасли

хозяйства, в которых чаще используется государственная собственность, таковы по своей природе. Именно в силу этого частные компании не стремятся вкладывать в них свои средства, и государство для обеспечения общенациональных или региональных интересов вынуждено брать на себя эту сферу деятельности. Так что здесь причину путают со следствием.

Что касается заинтересованности менеджеров в эффективной работе, то при оценке их труда и в государственной, и в корпоративной компании можно использовать рациональные или нерациональные методы стимулирования. Это вопрос правильной системы управления, а не формы собственности. Существенное различие в мотивациях менеджеров имеет место только в тех случаях, когда речь идет о небольших компаниях, переходящих в частную собственность предпринимателя, выполняющего одновременно функции менеджера и хозяина.

Бесспорно, обоснованным является упрек в некомпетентном вмешательстве правительственных чиновников, снижающем эффективность работы компаний. Но и это вопрос методов управления. Менеджеры крупных компаний, справедливо осуждающие государственный бюрократизм и некомпетентное вмешательство в их дела, забывают, что подчиненные им предприятия, отделения видят в них самих (руководстве компаний) таких же чиновников. Они кажутся тем, кто находится ниже по иерархии управления, тоже не всегда компетентными, но командующими.

Так же, как внутри компании при достаточной децентрализации управления можно уменьшить это зло, децентрализация управления в государственном секторе может помочь устранению этого недостатка.

Относительно неоптимальности решений из-за снижения влияния рыночных факторов тоже нет единого мнения. Противники приватизации справедливо полагают, что в той сфере, которая именуется планирующей системой, рыночные рычаги и так значительно ослаблены. Практика приватизации, провозглашенной как средство радикального повышения эффективности экономики, не подтвердила ожиданий. Во многих странах отношение к приватизации сейчас достаточно сдержанное. Вместе с уходом Рейгана и Тетчер сошла на нет эйфория по этому поводу.

Наиболее распространенным вариантом приватизации стала продажа акций государственных предприятий через фондовые биржи всем желающим. Распыленность акций не позволяла какой-то одной компании и их группе установить контроль над деятельностью предприятия. Контроль оставался за государством при незначительной части акций в его собственности. Такая приватизация приносит государственному бюджету средства, но не меняет практически ничего в деятельности предприятия. По меткому

выражению бывшего премьер-министра Великобритании Г. Макмиллана, такая приватизация похожа на «распродажу фамильного серебра». Она помогает решать текущие проблемы, но мало что дает в долгосрочном плане.

Популярным является также вариант приватизации, при котором часть акций государственного предприятия продается его работникам. Этот вариант широко применяется во Франции, например, в компании «Рено». Работники, превращаясь в совладельцев компании, оказываются более заинтересованными в результатах ее работы. Подробнее об этом будет сказано в следующем параграфе.

Имеют место также случаи продажи крупных пакетов акций государственных предприятий частным компаниям и создания в результате смешанных государственно-частных компаний. В этих случаях привлекаемый в результате продажи акций капитал может быть использован для расширения или модернизации производства. Таких смешанных государственно-частных предприятий в западноевропейских странах становится все больше. Государство сохраняет в них свое влияние, но и компаниям это выгодно, так как они могут рассчитывать на поддержку государства. Особенно поощряется создание таких компаний в высокотехнологичных отраслях. Эти смешанные компании возникают не только вследствие приватизации государственных предприятий, но и как результат приобретения государством акций частных компаний.

Итак, если присмотреться к реалиям приватизации, то становится очевидным, что хотя она и идет под флагом дерегулирования экономики, на самом деле это очень интересный процесс сращивания государственной собственности с корпоративной.

## 2.5. Собственность работников

Собственность работников — это совокупность средств производства, используемых как единое целое в интересах коллектива и принадлежащих на паевых началах исключительно тем, кто работает на данном производстве. Она не может принадлежать владельцам денежного капитала, приобретающим акции на рынке ценных бумаг. Она может принадлежать только тем, кто работает на данном предприятии.

Труд является неперенным условием контроля и распоряжения средствами производства и продуктом, получаемым от соединения средств производства и труда. Типичным вариантом формирования собственности работников на первых порах был постепенный выкуп акций у собственника. Характерной особенностью собственности работников является содержание акций в едином управле-

нии, осуществляемом по их доверенности. Выкупив все предприятие и став его собственником, коллектив работников назначает менеджеров, определяет через них стратегию предприятия и распоряжается результатами его деятельности. Вся прибыль, оставшаяся после выплаты налогов, принадлежит в этом случае самим работникам. Обращая эту прибыль на техническое перевооружение, обновление продукции или повышение ее качества, реконструкцию, работники повышают производительность своего труда и тем самым создают базу для роста заработной платы и одновременно увеличивают стоимость своего пая. Повышение стоимости пая обуславливает их склонность направлять прибыль на расширение производства, а не на выплату дивидендов.

В США средняя величина пая после 20-летней работы в условиях собственности работников составляла в середине 80-х гг. 125 тыс. дол. [40].

Каждый работник, выработавший определенный стаж, становится совладельцем предприятия. Но он не может распоряжаться своей долей собственности по своему усмотрению. Он не может продать принадлежащие ему акции когда угодно и кому угодно. Он получает за них деньги, только уходя с предприятия на другое место или на пенсию. И в этом случае он получает не сами акции, а их стоимость по рыночному курсу, определяемому независимыми экспертами. Акции не должны уходить с предприятия, ибо будет нарушен главный принцип, заключающийся в том, что собственниками могут быть только работники данного предприятия.

Стаж, необходимый для получения права на участие в собственности, как правило, составляет не менее 5—7 лет. После выработки этого стажа работник наделяется паем. Величина пая определяется в соответствии с заработной платой, или стажем, или тем и другим вместе взятыми. Распределение паев пропорционально только заработной плате чревато постепенной концентрацией собственности у высокооплачиваемых работников, в первую очередь менеджеров высокого ранга. Поэтому в большинстве случаев предпочтение отдается стажу, т. е. величина пая возрастает независимо от заработка. Но это не регламентировано никакими законоположениями. Каждый трудовой коллектив решает этот вопрос по своему усмотрению. Выплата стоимости пая после ухода с предприятия тоже может производиться по-разному. В некоторых случаях она производится из резервного фонда сразу, в других случаях — по частям в течение нескольких лет. Очень важно, что ее размер существенно зависит от благополучия предприятия в этот момент. Ведь рыночная стоимость акции может существенно зависеть не только от материально-вещественного содержания средств производства, но и от умелого их применения. Конкурен-

тоспособность предприятия определяет его рыночную цену не в меньшей степени, чем стоимость, вложенная в его основные фонды. Понимание этого заставляет работника отождествлять свое личное благополучие в момент ухода с предприятия с благополучием предприятия, возникает общность личных и коллективных интересов. Работники понимают, что величина их пая зависит не только от их согласия направлять на развитие производства большую часть принадлежащей им прибыли, но и от эффективного использования средств производства, которое в определенной степени зависит от них же.

Собственность работников (ЕСОП) появилась в США в середине 50-х гг., когда работники металлургического предприятия, подлежащего закрытию из-за убыточности, выкупили его и через несколько лет превратили в рентабельное. Тогда впервые был опровергнут миф о том, что работники неспособны заботиться о развитии своего предприятия. Ранее утверждалось, что, став собственниками, они будут стремиться все доходы обратить на потребление, а не на развитие производства. Но все оказалось не так. Опасность безработицы побудила их пойти даже на временное снижение заработной платы во имя переоснащения предприятия. Впоследствии, модернизировав производство, улучшив систему управления и повысив производительность труда, работники не только смогли наверстать потери в заработной плате, но и создать каждому внушительную долю собственности. Так, работники, уходившие на пенсию с этого предприятия через 15 лет, получили возмещение стоимости своего пая в размере 250 тыс. дол.

Постепенно это начинание распространилось сначала в США, а затем в Великобритании, Испании, Аргентине, Франции, Чехословакии и других странах.

С середины 70-х гг. превращение работников в совладельцев или полных владельцев средств производства стало одной из мощных тенденций в американской экономике. «К концу 80-х годов в США насчитывалось 11 тыс. компаний, в которых их работникам принадлежало от 1 до 100% акционерного капитала. Статус частичных или полных собственников приобрели 10 млн человек, или около 10% всей наемной рабочей силы страны» [40, с. 134]. Еще в 1973 г. в США таких компаний было всего 300, и статус собственников-работников имело только 250 тыс. человек. Такой стремительный рост в 40 раз за семь лет объясняется не только популярностью этой формы среди работников, но и активной поддержкой государства. Сейчас уже на 2 тысячах предприятий собственность полностью принадлежит работникам, а их доля в среднем по всем 11 тысячам составляет около 35%. Совокупная стоимость собственности, находящейся в руках работников в США, по данным президента Американской ассоциации работников-соб-



ственников, составила в 1990 г. 70 млрд дол. [41]. Специально проведенные опросы показали, что 66% трудящихся в США предпочли бы работать в компаниях, принадлежащих рабочим и служащим [42].

Чем же привлекает работников именно эта форма собственности? Ведь вообще распространение акций компании среди ее рабочих — дело не новое. Этот прием давно уже практиковался во многих крупных компаниях, но не давал ощутимой отдачи, так как ничего, по существу, не менял в отношении работников. Прежде всего людей привлекает возможность трудиться на самих себя, ощущать себя полноправными участниками производства, а не наемными работниками. Об этом свидетельствуют результаты многих социологических опросов, проведенных региональными центрами ЕСОП в США.

Эти социально-экономические факторы имеют самые непосредственные экономические последствия. Когда компания «Крайслер», оказавшаяся в конце 70-х гг. на грани банкротства, выходила из кризиса, одним из эффективнейших решений стала передача большого пакета акций в собственность работников. Работники почувствовали свою причастность к делам фирмы, возможность влиять на ее судьбу и ответственность за нее. Когда же через несколько лет по настоянию профсоюза рабочим было разрешено продавать свои акции на бирже, и акции начали распыляться, положение дел стало ухудшаться. Специалисты компании связывают это ухудшение с изменением отношения работников, переставших чувствовать себя коллективными совладельцами. Многими исследованиями подтверждается, что рост производительности труда в компаниях, являющихся частичной или полной собственностью работников, на 20—30% выше, чем в аналогичных традиционных корпорациях, и эффективность капитальных вложений тоже соответственно на 50% выше. Причем эти результаты обычно наблюдаются в компаниях с численностью работающих до 200 человек, т. е. там, где работники могут не формально, а реально участвовать в решении вопросов, определяющих судьбу компании. Когда на предприятии занято несколько тысяч работающих, то компетентное участие работников в стратегических вопросах не реально. Они могут в этом случае участвовать в решении производственных задач на уровне своего подразделения. Такое участие тоже очень важно и влияет на рост эффективности производства, но, естественно, не сопровождается тем ощущением своей значимости, которое появляется у людей, участвующих в решении всех принципиальных вопросов жизнедеятельности компании. Непосредственное самоуправление производителей возможно только при небольшой численности, и именно в таких компаниях работники ощущают себя подлинными хозяевами своего предприятия. Они



ощущают себя работающими на себя, не будучи при этом предпринимателями.

Предпринимателем, способным на персональный риск, может быть далеко не каждый. Большое количество людей, обладающих творческим умом и золотыми руками, не способно стать бизнесменами. Но это не значит, что они должны и согласны быть людьми второго сорта, с мнением которых можно не считаться. Они не стремятся в управляющие, но хотят, чтобы их мнение было услышано. Л. Маршалл, президент «Риспаблик сторидж системз», компании с собственностью работников, участвуя в круглом столе, организованном «Экономической газетой» в 1992 г., сказал по этому поводу следующее: «Существует миф, что раз каждый является владельцем, то каждый и хочет управлять. И хотя это действительно миф, этот вопрос вызывает беспокойство при создании в США компаний с собственностью работников... Но большинство людей на самом деле вовсе не желает брать на себя ответственность за управление, хотя они и хотят, чтобы их мнение было услышано руководством» [43]. Идеальные условия для этого — в малых и средних компаниях. Сложнее обеспечить участие работников в управлении в больших компаниях, но к этому стремятся.

Итак, работа на себя и возможность оказывать влияние на ее результаты являются первопричиной привлекательности для работников рассматриваемой формы собственности.

Вторая причина заключается в создании личного страхового фонда, т. е. в постепенном нарастании индивидуального пая. Анализируя стимулы к «консервированию» труда при индивидуальной частной собственности, мы отмечали возможность превращения своего вклада в средства производства в потребительские товары в качестве важного мотива к приобретению собственности. Становясь совладельцами собственности, рабочие, как правило, вообще ничего не платят. Они получают первоначальные пай под будущие прибыли, а потом за счет дивидендов, начисляемых на эти пай, возрастает их доля. Причем они знают, что чем эффективнее производство, тем быстрее растет их пай. Этот пай может быть использован не только при уходе с предприятия. В некоторых компаниях практикуется выдача кредитов, особенно молодым семьям, у которых чаще возникают непредвиденные расходы, под обеспечение индивидуальным паем. В наличии индивидуального пая заключается принципиальное отличие ЕСОП от традиционной коллективной собственности. Последняя при правильном ее применении тоже создает стимулы к эффективному использованию средств труда, но работники в значительно меньшей степени заинтересованы во вложении прибыли в средства труда. Получив свою долю прибыли в личное распоряжение, работник может использовать ее для накопления — создания

личного резервного фонда. Вложив ее в коллективные средства, он обеспечивает повышение производительности своего будущего труда, но утрачивает возможность использовать в будущем для личного потребления. Поэтому нередко при обычной коллективной собственности у работников появляется тенденция к распределению дохода на индивидуальное потребление, а не на расширение производства.

Третья причина привлекательности для работников ЕСОП заключается в увеличении вероятности сохранения рабочего места. Будучи хозяевами предприятия или владельцами контрольного пакета акций, они в состоянии влиять на выработку стратегии, предотвращающей вероятность ликвидации рабочих мест. Постоянные акционеров проблемы занятости работников мало интересуют. Если перенос производства в другое место с более дешевой рабочей силой окажется экономически выгодным, то обеспечение занятости работников может отступить на второй план. Для работников-собственников вопрос занятости в экстремальной ситуации важнее, чем размер прибыли. Поэтому они заинтересованы в том, чтобы иметь право решающего голоса при его рассмотрении.

А что побуждает частных собственников или акционерные компании добровольно соглашаться на продажу их предприятий в собственность работникам?

Частные собственники идут на это с охотой, когда им по каким-то причинам приходится расставаться со своей фирмой. Например, владелец фирмы решил уйти от дел в связи с преклонным возрастом. В обычной ситуации ему надо искать покупателя, которого в небольшом городе может и не оказаться в нужный момент. Да еще и не всякому захочется продать свое дело. Ведь для многих владельцев фирма является не только источником дохода, но и делом жизни. Они хотят быть уверенными, что оно попадет в надежные руки. А когда они продают фирму ими же укомплектованному коллективу, то вероятность сохранения традиций гораздо больше. Зачастую этот выкуп происходит постепенно, и цена продажи может оказаться выше, чем при необходимости продавать первому попавшемуся покупателю.

Акционерные общества и частные владельцы нередко идут на постепенное превращение их собственности в собственность работников при низкой рентабельности или даже убыточности производства. Для них это способ по сходной цене продать фирму, а для работников — сохранить свое рабочее место. Особенно вероятным становится приобретение работниками нерентабельных предприятий в маленьких городках, где трудоустройство большого количества одновременно оказавшихся безработными людей невозможно.

Наконец, компании нередко идут на передачу в собственность работников новых акций, учреждаемых в связи с увеличением уставного фонда при расширении производства. Дело в том, что

взносы предпринимателей в траст, управляющий акциями работников, не облагаются налогом. Таким образом, направляя прибыль на расширение производства, компания может не платить за нее налоги, если эти суммы превращаются в акции работников. В США в 80-х гг. компании получили налоговые субсидии на создание программ распределения акций в сумме 2,5 млрд дол. Помимо экономии на налогах компании еще выигрывают на том, что работники, становясь собственниками, с большей заинтересованностью относятся к эффективности инвестиций. Как мы уже отмечали ранее, американский опыт свидетельствует о повышении в 1,5 раза отдачи от инвестиций, если работник участвует в собственности. Благоприятно сказывается ослабление конфронтации внутри компании — между работниками и администрацией.

А в чем заключается целесообразность собственности работников для общества в целом? Почему многие государства поощряют ее создание?

Во-первых, распространение собственности работников повышает стабильность общества. Диффузия собственности среди большого числа граждан снижает социальную напряженность. Сейчас в США 1% всех семей владеют почти 59% всего акционерного капитала, а 0,5% семей принадлежит 50% всех акций корпораций. «Сосредоточение богатства в руках меньшинства в развитых капиталистических странах рассматривается как главный источник роста социального неравенства и развития классовой борьбы за радикальное перераспределение собственности. Ни одно государство, успешно выполняющее функции защиты и сохранения существующего способа производства, не может допускать такой централизации собственности в руках немногих, которая ставила бы под угрозу этот способ производства [40, с. 133—134]. В работах видного американского ученого Стюарта Спейнсера убедительно обосновывается необходимость демократизации собственности и перехода к «социальному капитализму» — модификации капитализма, обеспечивающей большую устойчивость экономической системы [44].

Во-вторых, опыт показал преимущества собственности работников в обеспечении роста производительности труда. Отставание в этой сфере серьезно беспокоит американских экономистов, опасаящихся утраты их страной положения лидера капиталистического мира [45].

В чем же конкретно заключаются поощрительные меры со стороны государства?

Рассмотрим их на примере США, которые еще в 1973 г. приняли пакет законов, направленных на ускорение распространения собственности работников.

1. Закон устанавливает банкам 50%-ную налоговую скидку на доход, получаемый по процентам за кредиты, предоставляемые компаниям, вводящим программы ЕСОП. Тем самым у банков в

свою очередь появляется возможность предоставлять этим компаниям займы с процентными скидками. Выпускаемые компаниями акции, предназначенные для передачи в коллективный траст ЕСОП, могут временно удерживаться банками в качестве обеспечения займов до того момента, когда компания погасит крупную задолженность. Все это облегчает выделение кредитов под программы ЕСОП.

2. Взносы компаний в траст ЕСОП полностью освобождаются от налогов, что, как отмечалось ранее, способствует направлению части прибыли на эти цели.

3. Дивиденды, выплачиваемые по акциям ЕСОП, полностью освобождаются от налогов в том случае, если они используются для уменьшения сумм банковского долга и процентов по нему.

Перечисленные меры позволяют работникам становиться собственниками средств производства, не покупая их, а постепенно приобретая в свою собственность за счет будущих доходов от расширения производства и повышения его эффективности. Общество в лице государства как бы авансирует их, помогая стать собственниками, а они, став собственниками и повысив производительность труда, расплачиваются с ним за счет полученной благодаря этому дополнительной прибыли.

Механизм создания собственности работников обычно таков. Работники организуют кооператив для покупки предприятия. Кооператив обращается в банк и занимает необходимые средства для покупки акций или всего предприятия. Эти акции будут храниться в банке на специальном счете. Затем ежегодно часть доходов предприятия будет использоваться для выплаты долга банку. По мере выплаты долга часть пакета акций банком передается кооперативу (или трастовой компании, управляющей совокупной собственностью работников). Эти размороженные акции распределяются среди работников в соответствии с их зарплатой или стажем. На каждого работника в кооперативе заводится персональный счет, на котором отражается количество принадлежащих ему акций. Обычно для полного выкупа пакета акций у банка требуется 5—7 лет. В дальнейшем, если кооператив решит расходовать дивиденды на расширение производства, количество акций возрастет. При уходе с предприятия работник продает свои акции кооперативу по цене, определяемой экспертами с учетом рыночной конъюнктуры.

Возможен также вариант, когда компания создает первоначальный «доверительный фонд» за счет своих средств, которые в этом случае не облагаются налогом. Еще реже практикуется привлечение средств работников для создания первичного фонда.

Вновь поступающие работники через несколько лет наделяются акциями из коллективного фонда. Кооператив часть дивидендов использует для создания резервного фонда, за счет которого

выплачивается стоимость акций уходящим на пенсию или увольняющимся работникам. Выкупленные у них акции распределяются среди новых членов кооператива. Таким образом реализуется важнейшее требование — владельцами акций являются только работники. При этой форме собственности работники не отчуждаются от средств производства. Продукт труда, за исключением той части, которая поступает в распоряжение общества, полностью принадлежит тем, кто его создал. Эта форма собственности имеет много общего с коллективной собственностью, которая широко распространена в нашей стране в сельском хозяйстве. Если устранить те искажения, которые были обусловлены противоречиями сути колхозной собственности вмешательствами извне, работники колхоза тоже непосредственно соединены со средствами производства и имеют право распоряжаться продуктами своего труда. Но они лишены возможности использовать свою долю в этой собственности как индивидуальный пай при выходе из колхоза. И это в значительной мере снижает их заинтересованность в инвестициях по сравнению с ЕСОП. Нельзя сказать, что колхозники совершенно не заинтересованы вкладывать часть прибыли в совершенствование средств производства. Определенная заинтересованность есть, поскольку следствием таких инвестиций может быть повышение производительности и улучшение условий труда и, следовательно, рост благосостояния. Но, все-таки, решая вопрос о распределении доходов на личное потребление или на коллективное инвестирование в средства производства, они помнят, что приумножение коллективной собственности не означает повышения их личного страхового фонда. Отсюда и противоречивость их поведения как собственников. ЕСОП, по нашему мнению, лишена этого недостатка и потому так популярна среди работников. Она обладает достоинствами частной индивидуальной собственности, поскольку все результаты инвестирования достаются каждому собственнику-работнику индивидуально, и сохраняет в то же время достоинства коллективной, заключающейся в общественно-организованном труде на себя. При применении ЕСОП на малых предприятиях эта форма собственности обладает еще одним достоинством. Оно заключается в распределении риска по сравнению с частной индивидуальной собственностью. Ранее отмечалось, что частный собственник рискует всем своим имуществом и потому, имея право принятия рискованных решений, не всегда стремится этим правом пользоваться. Это несколько снижает динамизм малых предприятий, свойственный им по природе. При ЕСОП риск распределяется на весь коллектив, и для менеджера он становится менее тяжелым. Известно, что вообще групповое решение может быть более рискованным, чем индивидуальное в силу распределенности ответственности. А здесь еще распределена

имущественная ответственность. В результате малые фирмы с ЕСОП скорее способны стать пионерами в НТП.

Каким видится будущее ЕСОП?

Нам представляется, что со временем собственность работников станет одной из наиболее распространенных форм собственности. Предпосылкой этого является децентрализация средств производства. Ранее отмеченный процесс резкого возрастания количества малых фирм объективно способствует распространению ЕСОП. Ассоциации свободных производителей, работающих на принадлежащих им средствах производства, станут ведущей силой общества. В Японии и Западной Европе, где процесс децентрализации производства идет особенно успешно, 2/3 трудоспособного населения трудятся в малых и средних компаниях [52]. Возможно, в недалеком будущем такое соотношение между работающими в малых фирмах и крупных компаниях установится и в других развитых странах. Естественно, что постепенное преобразование малых фирм в собственность работников может со временем превратить большую часть населения из наемных работников в ассоциированных работников-собственников. Тем самым будут созданы дополнительные условия для повышения темпов роста производительности труда. Это будет труд на себя и по собственному усмотрению. Наемный труд тогда останется на крупных предприятиях, в компаниях, принадлежащих государству или акционерным обществам, и в частно-индивидуальных фирмах. Но он перестанет быть главенствующим способом соединения работников со средствами производства.

Здесь нам кажется уместным сказать несколько слов об особенностях наемного труда. Раньше в нашей литературе наемный труд определялся как труд на владельцев частной собственности, а труд на предприятии общенародной собственности — как труд на себя. И формально-логически это выглядело правдоподобным. Ведь прибавочный продукт, созданный работником на средствах производства, принадлежащих всему обществу, распределяется в интересах общества. В том числе и в его личных интересах. Но эта связь настолько опосредована, что индивидуум не ощущает реальной связи между результатами своего труда и своим потреблением и, что не менее важно, не может повлиять на распределение продуктов своего труда. Недостаточная заинтересованность наемных работников в результатах своего труда превращается в тормоз при внедрении новейшей техники и технологии, требующих творческого отношения. Творческое отношение невозможно сформировать методами экономического принуждения, которые успешно применялись при преимущественно физическом труде.

Особенность современного производства заключается в том, что, с одной стороны, средства производства требуют труда на себя, а с другой — коллективного пользования ими.



По данным, приведенным А. Пороховской, сегодня в развитых странах от 80 до 95% трудоспособного населения работает по найму [51].

Наемный труд, по нашему мнению, следует определить как труд, при котором работник лишен реальной возможности влиять на распределение продуктов своего труда. Не владение средствами производства, а возможность контроля за их применением определяет, является ли данный труд трудом на себя или наемным.

Таким образом, труд на предприятиях государственной собственности нельзя называть трудом на себя. Это такой же наемный труд, как и труд на кооперативных, частно-индивидуальных предприятиях. Простой работник на этих предприятиях получает в обмен на свой труд определенную плату, но не распоряжается результатами труда. Фермер работает на себя постольку, поскольку он может распоряжаться плодами своего труда. Члены трудового коллектива малого предприятия, которое находится в собственности работников, тоже работают на себя. А работники крупной компании, являющейся собственностью работников, работают на себя в той мере, в какой они участвуют в управлении предприятием. Для нас важно понять, что четких границ, позволяющих однозначно отнести труд к наемному или к труду на себя, может и не быть. Например, как расценить труд менеджера корпорации? Если пользоваться традиционной классификацией, это наемный труд. Но совершенно ясно, что это наемный труд иного качества, чем труд простого рабочего. Очевидно, это что-то среднее, переходное от наемного труда к труду на себя. Труд менеджера ближе к труду на себя, поскольку менеджер в большей степени влияет на использование средств производства, он ближе к контролю над ними. Под словами «наемный труд» подразумевается труд, безразличный к результатам, если эти результаты не связаны с непосредственным материальным вознаграждением. В современном общественном взаимосвязанном производстве зачастую невозможно установить зависимость между вкладом данного работника и причитающимся ему вознаграждением. Поэтому все больше склоняются к тому, что работник должен быть заинтересован в коллективном результате. Но заинтересован он будет в том случае, если сможет им распоряжаться, ощущая себя работающим на себя.

Как мы уже отметили, такое становится возможным на малых и средних предприятиях, находящихся в собственности работников.

Нам представляется, что ЕСОП могла бы найти широкое применение в нашей стране уже сейчас при приватизации малых предприятий и преобразовании колхозов. Многие видные отечественные и зарубежные экономисты развивали в своих работах эти идеи [40—43, 46—50], но пока в законодательстве о приватизации для ЕСОП не нашлось места.



### ГЛАВА 3. МЕТОДЫ ВНУТРИФИРМЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ

Недостатки гигантских корпораций, составляющих костяк экономики развитых стран, стали особенно заметными в конце 70-х гг. Их неповоротливость, бюрократичность превратились в тормоз при внедрении новых технологий и обновлении продукции, характерных для современного этапа научно-технического прогресса. Эти же симптомы наблюдались в советской экономике. Наши отраслевые министерства, главки по своим размерам зачастую были соизмеримы с крупными корпорациями и по многоуровневой централизованной системе управления структурно напоминали их. Стремление избавиться от свойственных таким гигантским объединениям недостатков привело к их полной дезинтеграции и изменению формы собственности. Не только отдельные предприятия стали полностью самостоятельными, но нередко еще и сами крупные предприятия дробятся на совершенно независимые единицы.

В капиталистических странах пошли по другому пути. Понимая, что разукрупнение корпораций неизбежно привело бы к потере темпа инвестирования в новые технологии, так как только мощные компании с огромным централизованным капиталом в состоянии быстро изыскивать средства для крупных проектов, их руководители нашли способы изменения системы управления. Основными направлениями совершенствования управления стали улучшение методов стратегического планирования, децентрализация и демократизация, пересмотр вопросов, связанных с социальной защищенностью работников и их мотивацией.

#### 3.1. Планирование в современных корпорациях

Новый подход к планированию наиболее последовательно описан в работе крупнейшего американского экономиста, специализирующегося в этих вопросах, Р. Акоффа «Планирование будущего корпораций» [54]. Новизна этого подхода заключается в системности. При системном подходе сначала изучают роль корпорации в обществе, в соответствии с этой ролью намечают цели ее развития, а затем уже переходят к выбору средств. Выработано и новое представление о самой корпорации.

Раньше корпорацию рассматривали как машину, принадлежащую владельцу и предназначенную для получения прибыли. Такой взгляд на корпорацию был возможен, когда она принадлежала одному или нескольким владельцам, и они лично управляли ею как своей собственностью, а работники корпорации были настолько неквалифицированными, что их было легко заменить. Побуждала их к труду единственно угроза экономических лишений. Уровень образования и запросов работников был также низким. Естественно, что и вся методология управления корпорацией была механистической. Все предприятие рассматривалось как единая машина, состоящая из отдельных узлов и деталей, имеющих свои функции. Источником движения такой машины выступали воля и капитал ее владельца. Функциональные и линейные подразделения предприятия уподоблялись узлам машины как не имеющие своих интересов. Конечно, такой подход к корпорации безнадежно устарел, поскольку уровень техники и масштабы производства давно уже потребовали отстранения собственников от управления, привлечения высококвалифицированных работников, с интересами которых невозможно не считаться, потому что от их отношения к работе во многом зависит результат. Механистическое представление во всех развитых странах сменилось организмическим, т. е. корпорацию стали понимать как организм, имеющий собственные цели и закономерности развития. «Прибыль корпорации стали во многом рассматривать примерно так же, как кислород для живого организма: необходимость, но не смысл жизни» [54, с. 53]. Прибыль, по-прежнему остающаяся для собственников корпорации, вложивших в нее свои капиталы, целью, для самой корпорации становится средством существования, но не самоцелью. Цель корпорации — выживание и рост, которые возможны только при сохранении и расширении рынка сбыта. Так же как в живом организме связи между элементами гораздо сложнее, чем в машине, так и в современной корпорации взаимосвязи между предприятиями, подразделениями, участками, людьми сложны, изменчивы, взаимопереплетены.

Эти связи невозможно раз и навсегда описать должностными инструкциями или положениями, как это было раньше.

Корпорация, подобно живому организму, вынуждена реагировать на изменения окружающей среды, приспособляясь к ним внутренними изменениями, перераспределением функций между какими-то подразделениями и людьми.

Но и этот, еще недавно казавшийся современным, взгляд на корпорацию уже не соответствует последним преобразованиям в производственных силах. Новый взгляд на корпорацию как на организацию заключается в том, что, в отличие от организма, части которого не имеют собственных интересов и целей, органи-

зация состоит из людей, обладающих собственными интересами. «Организация есть целенаправленная система, которая является частью одной или более целенаправленных систем, и части которой — люди — имеют собственные цели», — пишет Акофф [54, с. 56].

Отличие, как мы видим, состоит в том, что:

во-первых, корпорация рассматривается как часть более сложной системы, а не изолированно. Поэтому планирование будущего корпорации надо начинать с рассмотрения ее роли в этой более сложной системе. Понимая миссию корпорации в окружающей среде, можно заранее определить ее цели таким образом, чтобы они не противоречили в будущем интересам этой среды. Более того, можно продумать такие шаги, которые приведут к благоприятным для корпорации изменениям окружающей среды. Если организм только приспосабливается к изменениям окружающей среды, то организация способна и приспосабливаться сама, и в определенной степени влиять на окружающую среду;

во-вторых, организация не только имеет собственные цели, но и состоит из элементов (коллективов, личностей), преследующих свои цели. Необходимость учета интересов отдельных людей и коллективов обусловлена тем, что они перестали быть придатками к машинам, обеспечивающими их бесперебойное функционирование. Сложная современная техника требует от работников творческого отношения, что невозможно без их заинтересованности. А это означает, что сам процесс планирования не может осуществляться без участия всех работников организации, так как только при этом условии могут быть учтены интересы будущих участников реализации планов. Отсюда появилось понимание необходимости партисипативного (от английского *participation* — участие) планирования, предполагающего вовлечение в планирование всех тех, кого оно касается.

Это означает, что планированием должны заниматься не только специалисты. В планировании должны участвовать все, начиная с высшего руководства и кончая рядовыми исполнителями. Вот в чем смысл партисипативного планирования. И необходимо это не только для того, чтобы были учтены интересы всех категорий работающих, но и для того, чтобы они воспринимали эти планы не как спущенные кем-то сверху, а как свои собственные намерения. «Планировать, а не быть планируемыми» — вот принцип, используемый наиболее преуспевающими компаниями. Он базируется на понимании того, что людям свойственно стремление самим распоряжаться своим будущим, а не выполнять чьи-то указания. Поскольку люди, работающие в огромных компаниях, понимают, что их будущее не может не быть связано с будущим компании, то они вправе участвовать, каждый в меру своей компетенции, в

планировании этого будущего. Процедура партисипативного планирования пока осваивается передовыми корпорациями, но даже первые шаги дают прекрасные результаты.

Новый подход к планированию означает также понимание того, что развитие и рост размеров — далеко не всегда тождественные понятия. Раньше, при организмическом подходе, считалось, что увеличение масштабов производства, т. е. рост компании, всегда благо, подобно тому, как уровень потребления считался главным критерием благополучия общества. Но теперь взгляды меняются. «Становится уже более ясным, что повышение уровня жизни не обязательно сопровождается повышением ее качества» [54, с. 63].

Более того, можно привести немало примеров ухудшения качества жизни при росте потребления, если руководствоваться такими критериями, как экологичность, нравственность, эстетичность, уровень гуманизации.

Развитие понимается как способность удовлетворять все большее количество своих и чужих желаний при потреблении меньшего количества ресурсов. Можно делать больше автомобилей — это рост. Можно делать автомобили более экономичные, экологичные, безопасные, комфортные. Это развитие, не обязательно требующее роста объемов. Оно может даже сопровождаться уменьшением количества. Если пределы роста всегда обусловлены окружающей средой (размером потребностей, наличием конкурентов, вводимыми государством ограничениями), то развитие безгранично. Развитие определяется только уровнем компетентности, т. е. способности действовать эффективно, например, из меньшего количества сырья делать больше продукции. Внедрение новейших технологий позволяет уменьшать потребление природных ресурсов, не снижая потребления. «Чем более развита личность или система, тем меньше она ограничена ресурсами», — говорит Акофф [54, с. 63]. И еще одно его же определение. «Развитие подразумевает рост компетентности. Компетентность, достаточная для достижения любой цели или бесконечного приближения к любому идеалу — всемогущество, — является необходимым мета-идеалом человечества, потому что мы не можем ничего пожелать, не желая одновременно быть способными осуществить свои желания» [54, с. 80].

Системный подход предполагает, как мы уже отмечали, что планирование начинается с определения миссии корпорации или предприятия в обществе, т. е. выявления совокупности ролей, исполняемых объектом планирования. Следует проанализировать, какую роль играет предприятие по отношению к потребителям, поставщикам, акционерам, работникам, городу, региону, стране и т. п.

Определить роль предприятия по отношению к потребителю, например, — это значит выяснить, какие потребности могут

возникнуть у потребителей в планируемом периоде и наметить возможные виды продукции или услуг, наиболее полно удовлетворяющие эти предполагаемые потребности. Для определения роли предприятия в городе, очевидно, надо знать демографический прогноз, чтобы способствовать решению проблемы занятости.

После определения миссии корпорации приступают к разработке идеализированного проекта предприятия. Это как раз тот этап планирования, на котором наиболее целесообразно привлечение всего коллектива работающих. Люди могут высказать свои суждения о том, чего они ожидают от работы, от предприятия, какими видят взаимоотношения с коллегами на производстве и вне его и т. п. Совместная выработка идеализированного проекта важна тем, что постепенно превращает работников в единомышленников, а это чрезвычайно существенно для реализации планов.

Имея идеализированный проект, переходят к определению задач на планируемый период, т. е. установлению параметров предприятия, достижение которых приближает его к идеальному состоянию. Эти параметры включают объем и качество выпускаемой продукции, технический уровень, численность работающих и уровень их квалификации, уровень социальной защищенности, количество потребляемых материалов и энергии и т. п. Затем продумывают, какие изменения должны произойти внутри предприятия, чтобы облегчилось выполнение намеченных задач: какими должны стать оргструктура, методы мотивации, какой потребуются объем инвестиций и т. п. И только после этого разрабатывается программа действий, направленных на достижение желаемых результатов, т. е. то, что мы привыкли называть планом.

В практике нашего планирования, к сожалению, недостаточное внимание уделялось целеполаганию. Например, из пятилетки в пятилетку ставилась задача увеличения объемов производства стали, тракторов, станков, комбайнов и т. д. без глубокого обоснования целесообразности такого роста. В результате в то время как во всех развитых странах объемы производства в отраслях, связанных с добычей и обработкой металлов, снижались, мы продолжали их наращивать, инвестируя туда огромные средства и ухудшая экологическую обстановку. И даже сейчас, в период кардинальных преобразований в России, не были сформулированы цели, во имя которых эти преобразования производятся. Ведь нельзя же всерьез считать переход к рыночным отношениям, приватизацию целями. Это средства для достижения выбранных целей. Сначала надо было сформулировать и обсудить экономические и политические цели, а потом уже находить соответствующие этим целям средства. Отсутствие системного подхода при планировании преобразований является одной из причин того глубочайшего кризиса, в котором оказалась российская экономика.

Помимо изменения общего подхода к планированию для обеспечения его результативности необходимо соблюдение ряда принципов:

### 1. Непрерывность.

Планирование должно быть непрерывным. Планирование — это предварительное принятие решений до начала действий. Как только составлен план и начались действия, так сразу же выявляются какие-то заранее не предусмотренные внутренние обстоятельства. Кроме того, изменяется внешняя среда, и тоже не совсем так, как было предусмотрено прогнозами. Следовательно, планы должны постоянно корректироваться. К тому же, когда план составляется на какой-то промежуток времени, допустим, на 5 лет, то совершенно ясно, что задание пятилетней перспективы необходимо не раз в 5 лет, а ежегодно.

Если уподобить планирование освещению участка дороги перед движущимся автомобилем, то ни у кого не вызовет сомнения необходимость держать включенными фары постоянно. Трудно себе представить автомобилиста, лишь периодически освещающего перед собой участок дороги и большую часть времени едущего без света. А в вопросах планирования мы считали такую дискретность возможной. Непонятно, почему считалось необходимым в 1981 г. знать, что будет делаться в 1985 г., но в 1982 г. не казалось обязательным иметь представление о том, что будет происходить в 1986 г. Если какой-то интервал планирования избран, то он должен сохраняться постоянным. И корректировка планов — это не зло, а объективная необходимость. Главная ценность планов — не в тех цифрах, которые появляются в результате расчетов, а в самом процессе планирования. Планируя, люди приучаются заранее продумывать будущие решения и предвидеть их последствия. Предвидение было полезно всегда. Но сейчас, когда изменения происходят столь стремительно, без умения предвидеть управлять невозможно. Времени для принятия решений не остается, если приступать к выработке решения тогда, когда надо реагировать. Опоздание же с принятием решений так же опасно, как запоздалая реакция автомобилиста, едущего на высокой скорости. Она чревата аварией.

Итак, непрерывность планирования необходима потому, что постоянно должен сохраняться определенный освещенный планом период времени, и потому, что по мере реализации планов выявляются обстоятельства, требующие поправок и уточнений.

Уровень детализации планов зависит от того, насколько отдалены по времени планируемое мероприятие или проект от момента планирования. Если в стратегическом плане предусмотрено мероприятие, намеченное к реализации через год, то, естественно, оно должно быть проработано с большей степенью подробности, чем то, которое должно осуществляться через 3 года. При непрерывном



планировании ко времени, когда до его реализации тоже остается год, второе мероприятие окажется проработанным с такой же степенью детализации, как первое в сегодняшнем плане. Возможность внесения уточнений при непрерывном планировании избавляет от необходимости включать в планы недостаточно обоснованные решения. Одним из недостатков советского пятилетнего планирования было стремление с одинаковой степенью детализации прорабатывать в планах как второй, так и пятый год пятилетки. Понятно, что показатели плана пятого, например, года существенно отличались от его параметров в пятилетнем плане. Это расхождение рассматривалось как нарушение принципа, как преступление тех, кто санкционировал такое отступление. На самом же деле это была объективная необходимость внесения уточнений. Правильнее было бы не детализировать пятый год по тем параметрам, которые невозможно с достаточной степенью надежности прогнозировать, и тем самым не закладывать необходимость будущих отступлений от них.

## 2. Приоритет долгосрочных целей.

«Мудрость — это способность предвидеть отдаленные последствия совершаемых действий, готовность пожертвовать сиюминутной выгодой ради больших благ в будущем и умение управлять тем, что управляемо, не сокрушаясь из-за того, что неуправляемо [55 с. 5]. Необходимость долгосрочного планирования очевидна, поскольку крупные корпорации инерционны. А вот необходимость предпочтения долгосрочных интересов сиюминутным гораздо менее очевидна.

Во-первых, сиюминутные интересы более ощутимы. Гораздо точнее можно определить дополнительную прибыль от продажи продукции по более высокой цене сегодня, чем расширение рынка, которое будет следствием назначения пониженных цен. Однако в будущем расширение рынка сбыта сулит увеличение масштабов производства и получение дополнительной прибыли, покрывающей сегодняшнюю упущенную выгоду. Но, поскольку в прогнозах будущего есть значительная доля неопределенности, всегда находятся желающие иметь лучше «синицу в руках, чем журавля в небе».

Во-вторых, сиюминутная выгода, заключающаяся в повышении прибылей в текущем периоде, для большинства акционеров является свидетельством успешной деятельности компании. Они не способны оценить непоправимые последствия близорукой политики в силу своей некомпетентности, но размер сегодняшних дивидендов для них очевиден.

Названные причины побуждают многих руководителей, теоретически отдающих предпочтение долгосрочным интересам, ориентироваться на текущую прибыль, а не на развитие компании. Об этом, как мы уже отмечали ранее, с горечью пишут западные исследователи и практики, подтверждая справедливость предска-



ния Маркса о регрессивном значении показателя текущей прибыли. Особенно это стало заметно тогда, когда вместо индивидуального владельца, вкладывающего в свое предприятие не только деньги, но и свои способности, энергию и потому кровно связанного с ним, собственниками стали множество акционеров, не привязанных к будущему именно этого предприятия. Они в любой момент могут продать акции и расстаться с ним. Поэтому особый интерес представляет опыт японского менеджмента, создавшего такую экономическую ситуацию, в которой руководители при той же акционерной форме собственности желают и имеют возможность отдавать предпочтение долгосрочным целям.

Рассмотрим, чем создана эта возможность.

Во-первых, в Японии зачастую контрольный пакет акций крупных корпораций принадлежит банкам, руководимым профессионалами, понимающими необходимость приоритета долгосрочных целей. Японские банки имеют возможность осуществлять крупные инвестиции, поскольку подавляющая часть их денежных средств состоит из вкладов многомиллионной массы японского населения. В Японии очень высокий процент сбережений (18,5% против обычных для Европы 11—13%). Имея своими вкладчиками практически все население, банки могут до 80% своих активов пускать в дело. Знание теории вероятности позволяет им правильно оценивать преимущества, заключающиеся в наличии большой массы мелких вкладчиков по сравнению с небольшим числом крупных, так как в последнем случае в дело пускают не более 40—50% активов. Российские банки, пренебрегающие мелкими вкладчиками, упускают богатейшие возможности.

Во-вторых, благодаря наличию в банках огромных накоплений и умелой финансовой стратегии, кредиты в Японии стоят очень дешево (5—7%). Обеспечивают низкие кредитные ставки также автоматизация банковских операций и хорошая организация.

В результате собственные банковские расходы невелики. Банки, соглашаясь на меньшую величину прибыли от кредитования (0,48% против 1,63% в США), имеют большую массу прибыли. Дешевые кредиты позволяют заниматься инновациями, не снижая текущих выплат акционерам, т. е. не затрагивая их сиюминутных интересов.

В-третьих, в Японии существует практика стабильных дивидендных выплат. Если в текущем периоде прибыль была больше обычного, то она не вся идет на выплату дивидендов, а часть ее (превышение сверх обычной нормы) резервируется в предвидении периодов, когда результаты окажутся хуже обычного. В результате акционеры, получая стабильные дивиденды, не склонны интересоваться делами компании. Не случайно в советах директоров японских компаний численность представителей акционеров обычно не превышает 10—20%.

Теперь рассмотрим, почему в Японии менеджеры хотят заниматься стратегией, как они в этом лично заинтересованы.

Во-первых, менеджер может успешно делать карьеру только в той компании, где он начал работать. Переход из одной компании в другую практически невозможен, так как подобающее его знаниям и опыту место в другой компании он не займет. Такие варианты, как в США, когда высшие руководители из «Форда» переходят в «Крайслер», здесь невозможны. Поэтому благополучие каждого работника техноструктуры до конца его дней связано с компанией.

Во-вторых, система оплаты руководителей спланирована таким образом, что их заработок незначительно зависит от текущей прибыли. Если в США до 60—70% заработка руководителя зависит от текущей прибыли, то в Японии — только 15—20%.

Японцы совершенно справедливо утверждают, что первый руководитель фирмы должен смотреть на десять лет вперед, а о его деятельности можно судить только через пять лет. Поэтому нелепо оплачивать труд только по сегодняшним результатам. Руководители высшего звена, по оценке Исикавы (идеолога японского управления), должны смотреть на пять лет вперед, руководители отделов — на три года и руководители более мелких подразделений — хотя бы на год вперед. Исикава по этому поводу пишет: «Работу директоров предприятий можно оценивать только через три года после вступления в должность. В противном случае у них разовьется «близорукость», которая не позволит видеть дальше сиюминутных прибылей» [20, с. 138]. А в США для руководителя предприятия всегда существует опасность быть уволенным даже при незначительном падении прибылей.

Для того, чтобы первые руководители не только хотели стратегически управлять, но и умели это делать, они должны пройти соответствующую подготовку. В чем она заключается?

Во-первых, не ставят руководителями молодых людей, как это практиковали в 70-е гг. американцы, приглашая для руководства фирмами молодых способных выпускников школ бизнеса. У японцев молодой специалист, даже очень способный, не может стать руководителем отдела в возрасте до 30 лет. Средний возраст директоров 53 года. Средний возраст президентов 63,8 года. В таком подходе есть достоинства и недостатки, но, безусловно, житейский и производственный опыт помогает руководителям в прогнозировании будущего.

Во-вторых, в отличие от американских компаний, число высших руководителей, имеющих чисто экономическое образование и опыт, у японцев невелико. При обследовании 344 крупнейших компаний были получены следующие статистические данные: 40% руководителей — из производителей, 30% — из исследовате-

лей, 18% — из специалистов по сбыту, финансам и учету и 12% — по кадрам и планированию.

Третьей особенностью является универсальность подготовки. В первые 10—12 лет работы в фирме молодой специалист переводится из отдела в отдел через каждые 2—3 года, постепенно узнавая все аспекты деятельности фирмы и приобретая широту взгляда. Они не делят инженеров на производителей и исследователей, конструкторов. Каждый бывает во всех этих ролях, занимаясь еще какое-то время сбытом, планированием, контролем и т. п. Таковы вкратце характерные особенности стратегического управления.

Японский опыт создания условий для стратегического управления внимательнейшим образом изучается во всем мире.

### 3. Ситуационность планирования.

Мы уже отмечали, что главная ценность планирования заключается в возможности предварительной проработки решений до начала действий. Эта проработка строится на прогнозах будущих событий. Точность прогнозов заранее никто не может гарантировать, особенно если речь идет о макроэкономических изменениях, кардинальных научно-технических преобразованиях, геополитических событиях. Поэтому, чтобы не оказаться застигнутыми врасплох непредвиденными ситуациями в окружающей среде, крупные корпорации стремятся разработать несколько вариантов плана в соответствии с несколькими сценариями возможных событий. Например, компания, занимающаяся переработкой сельскохозяйственной продукции, может рассмотреть 2—3 варианта своей деятельности в зависимости от того, каким будет урожай. Разработка нескольких вариантов может показаться излишней роскошью только тем, кто не представляет размера потерь, вызванных несвоевременным принятием решений.

Есть еще одна, внутренняя, причина, побуждающая разрабатывать несколько вариантов плана. Когда мы, сформулировав задачи, переходим к выбору средств для достижения намеченной цели, как правило, приходится иметь дело с несколькими возможными вариантами. Например, компания по производству сельскохозяйственных тракторов поставила задачу увеличить рынок сбыта на 20%. Можно пойти по пути снижения издержек, применяя более совершенные технологии и конструкторские решения. Такой вариант потребует соответствующей программы действий по модернизации производства, совершенствованию его организации. Можно пойти по пути улучшения послепродажного обслуживания, вкладывая средства в создание новых дилерских пунктов, расширяя сеть складов запасных частей, создавая в регионах заводы для проведения фирменного ремонта. На реализацию обоих направлений одновременно у компании может не оказаться средств. Поэтому приходится прорабатывать оба варианта, сопоставлять ожидаемые затраты и результаты и делать выбор. Проработка разных вариан-

тов нередко приводит к уточнению самой задачи. На примере производства тракторов покажем, в чем может заключаться уточнение задачи. Обеспечив комплекс мероприятий по послепродажному обслуживанию и приобретя за счет этого дополнительных покупателей, мы создаем возможность продажи большого количества тракторов. Но когда мы просчитаем производственные возможности, то окажется, что рост объема производства возможен только на 15%. Дальнейшее увеличение объемов потребует серьезных инвестиций. Очевидно, разумнее ограничиться 15%-ным увеличением производства тракторов, чем браться за реконструкцию производства. Выбор лучшего из подготовленных вариантов, когда речь идет о внутренних сценариях, или наиболее вероятного из внешних сценариев — одна из сложнейших задач планирования. Именно здесь особенно необходимы опыт, интуиция. Поэтому чаще всего выбор основывается на экспертных оценках. Область применения экономико-математических методов, на которые возлагались большие надежды в 60—70-е гг., оказалась ограниченной. На результаты деятельности корпорации влияет такое большое количество факторов и это влияние так изменчиво, что формализовать все эти связи вряд ли возможно. Поэтому выбор вариантов является одной из важнейших функций руководства.

#### 4. Вероятностность планов.

При определении количественных показателей (объемов производства, сроков осуществления мероприятий, уровня издержек и т. п.) обязательно устанавливают интервал значений, в пределах которого можно считать план выполненным. Величина этого интервала определяется методами математической статистики на основании информации о фактических значениях планируемых показателей за предыдущий период. Подобно тому, как при изготовлении деталей устанавливают допустимые отклонения на каждый размер, при определении планируемой величины того или иного экономического показателя тем более должны устанавливаться допустимые интервалы. Мы говорим «тем более», потому что если фактические размеры детали зависят от нескольких параметров, которые могут случайно колебаться, то экономические показатели даже небольшого предприятия определяются сотнями, а то и тысячами факторов, каждый из которых в свою очередь может иметь различные значения в силу тех или иных случайных возмущений.

Только непониманием вероятностной природы (стохастичности) любых экономических результатов можно объяснить установление при планировании количественных заданий без допустимого интервала. Такой жестко детерминированный план, естественно, не может точно выполняться. Исполнитель вынужден либо недоиспользовать свои возможности при благоприятном стечении обстоятельств, либо заниматься тем, что у нас называлось приписка-

ми — фиктивным завышением фактических результатов. Непонимание стохастичности экономических показателей, по нашему мнению, было одним из коренных пороков советской методологии планирования. К сожалению, вместо того чтобы понять и устранить пороки планирования, решили устранить само планирование. Этим же непониманием стохастического характера результата объясняется и идея напряженного планирования, получившая широкое признание в советской экономике в 70-е гг.

Установление напряженных планов и жесткое дестимулирование при их невыполнении вызвали естественное, но невыгодное обществу стремление предприятий скрывать свои возможности по росту объемов, экономии ресурсов, снижению численности, а также лишали предприятия необходимых для обновления продукции и модернизации технологии резервов мощности.

Истоки концепции напряженного планирования заключаются в намерении иметь сбалансированную основу для максимально производительного труда. Но при этом не учитывалось, что в любой системе неизбежно возникают возмущения, которые при отсутствии резервных ресурсов и напряженности планов предприятий приводят к дестабилизации всей системы. Сталкиваясь с тяжелыми последствиями дестабилизации, вместо того чтобы установить первопричину, заключающуюся в напряженном планировании, ужесточали методы дестимулирования и тем самым толкали предприятия на сокрытие резервов. В итоге вместо повышения темпов роста производительности труда получали их замедление. Причина, как уже отмечалось, состоит в недооценке вероятностной природы плана и, как следствие, в недостаточном внимании к разработке и использованию научных методов исследования таких вероятностных характеристик планирования, как жесткость, эластичность, надежность, напряженность плана. Известно, что чем выше напряженность плана, тем ниже его надежность. При этом под надежностью понимается потенциальная вероятность выполнения содержащихся в планах решений по объемам и срокам выпуска продукции:

$$H_k = 1 - \frac{E(\Delta P_k)}{P_k},$$

где  $H_k$  — надежность плана;  $E(\Delta P_k)$  — математическое ожидание недовыпуска  $k$ -го вида продукции;  $P_k$  — планируемый выпуск  $k$ -го вида продукции.

Надежность, в свою очередь, зависит от обеспечения ресурсами и эластичности плана, которая предполагает возможность определенных деформаций без существенного снижения запланированного выпуска. Если последнее происходит медленнее, чем недопоставка ресурсов, то это означает высокую эластичность плана.

С учетом того, что планируемый объем производства не является величиной детерминированной, представляется целесообразным предусматривать два ряда плановых цифр — минимальный и оптимальный, отличающиеся на величину математического ожидания недовыпуска продукции.

*План-минимум — это такой план, при невыполнении которого может возникнуть дестабилизация системы, включающей предприятие.* Например, портфель заказов, подлежащих выполнению в планируемом периоде и необходимых заказчикам для их успешной деятельности, должен соответствовать плану-минимуму. Невыполнение какого-то заказа из этого портфеля приведет к прогрессирующим потерям в системе, включающей в себя предприятие.

*Оптимальный план — это такой план, который должен быть обеспечен ресурсами, но его невыполнение не приводит к дестабилизации системы.* Превышение оптимального плана над минимальным может быть обеспечено заказами на счет будущих периодов или заказами, направляемыми на создание резервов в сбытовых организациях.

При таком планировании предприятие будет заказывать ресурсы на оптимальный план и стремиться к его выполнению, так как оно заинтересовано в повышении производительности труда, но не будет дестабилизировать работу заказчиков и нести экономические потери при невыполнении этого оптимального плана. Нижним пределом для него должен быть план-минимум. Хорошо развитый математико-статистический аппарат и наличие ЭВМ позволяют устанавливать теоретически обоснованную разницу между оптимальным и минимальным планами.

Сама идея минимального и оптимального планов не нова. Еще при разработке первого пятилетнего плана было подготовлено два варианта. Один назывался отправным, другой — оптимальным. Председатель Госплана СССР Г. М. Кржижановский говорил в своем докладе XV съезду: «Мы должны поступать так, как поступает артиллерист,— взять поле обстрела в вилку, наметить две прикидки, или, как говорят, два варианта.

Первый вариант — зоркая, осторожная оценка некоторого минимума хозяйственных возможностей, обеспечивающих прежде всего бесперебойное развитие хозяйства. Вот вам отправная прикидка, отправной вариант. Другой ряд цифр учитывает более благоприятные возможности, шансы, которые при известных условиях дадут нам возможность лучшего осуществления наших целевых ставок. Не беда, если этот оптимальный вариант будет осуществлен не в полной мере» [56].

Впоследствии, к сожалению, отправной вариант признали оппортунистическим, и идея двойного планирования была предана забвению. Западные же специалисты, внимательно изучавшие

советский опыт крупномасштабного планирования, взяли эту идею на вооружение.

#### 5. Сбалансированность планов.

В советском планировании последних десятилетий под сбалансированностью понималось равенство производства и потребления, независимо от того, шла ли речь об отношениях между участками цеха, между подразделениями, предприятиями, входящими в кооперацию при изготовлении какого-то продукта, и между отраслями. Например, нагревательные мощности в прокатном цехе проектировались таким образом, чтобы обеспечить нагревание ровно такого количества металла, которое будет прокатываться. В результате при появлении каких-то технических решений, позволяющих увеличить выпуск на прокатном стане, нагревательные устройства оказывались узким местом. Отсутствие резервов в проектных мощностях агрегатов приводило к тому, что любое самое незначительное усовершенствование, направленное на увеличение объемов, требовало изменения всей технологической цепи.

Отсутствие резервов при планировании объемов производства на предприятиях, комплектующих своего потребителя какими-то изделиями, приводило к тому, что последний не мог реализовать появившиеся у него в течение планируемого периода возможности по увеличению объемов производства. Концепция сбалансированности планов, выявления и включения в план всех резервов, по нашему мнению, относится к порокам советской методологии планирования. Передовые корпорации всегда закладывают резервы. Всякий предыдущий передел имеет резервы и поэтому не превращается в тормоз для развития последующего. Запланированное превышение объемов у поставщика позволяет гарантировать обеспечение потребителю даже при каких-то сбоях. Непредвиденное увеличение потребностей тоже не приводит к появлению дефицита, потому что поставщик, кроме планового превышения объемов, имеет еще резервные мощности. Вся система построена на наличии излишков у поставщиков, и поэтому она оказывается динамичной. Эти излишки, как правило, не очень велики, но они избавляют всю систему от потерь, обусловленных неспособностью использовать неожиданные возможности, а также от потерь потребителя при случайных неблагоприятных колебаниях производства поставщика. Только заранее планируя излишки, можно застраховаться от дефицита. Компании, применяющие этот принцип, избавили свои подразделения, предприятия от закрепощенности, преодолели явление, называемое Питерсом и Уотермингом «удушением планированием» [12].

#### 6. Коммуникационность.

Планирование — это помимо всего еще способ согласования действий различных подразделений компании. Менеджеры «ИБМ»



говорят о планировании: «У нас система планирования используется для того, чтобы связывать нас друг с другом. Эта функция практически важна для нас, поскольку мы сильно зависим друг от друга» [11, с. 67]. Имеется в виду, что план помогает увязывать действия по срокам, объемам. Ранее уже отмечалось, что процесс планирования не менее важен, чем результаты, поскольку целесообразно вовлечение всех подразделений в планирование. Подчеркивалось также, что цифры, намеченные в ходе планирования, не являются незыблемыми. Они могут уточняться. Но это не значит, что показатели вообще не используются. На каждом этапе, пока они не скорректированы, эти показатели являются для всех единым общим ориентиром. Если будут приняты поправки и появятся новые цифры, решения, то они будут для всех едиными. В этом заключается коммуникационная роль плана.

Один из менеджеров «ИБМ» утверждает: «С помощью плана мы общаемся друг с другом. Передо мной лежит схема, и верхняя часть ее — это план и его статус. Вы можете подойти к управляющему продуктом и спросить его: «Как дела?» Первыми четырьмя предложениями он сообщит вам, как идут дела по отношению к плану. То же самое произойдет, если вы подойдете к территориальному управляющему — он сообщит, каково положение относительно плановой квоты. Таким образом, мы постоянно используем план для поддержания формальных и неформальных коммуникаций друг с другом» [11, с. 69].

Итак, план — это средство коммуникации между службами, исполнителями и в процессе его подготовки, и в ходе реализации при оценке результатов.

### 3.2. Социально-этический маркетинг

Ускорение научно-технического прогресса привело к такому резкому росту производительности труда, что в 70—80-е гг. в промышленно развитых странах наступило насыщение рынка по многим важнейшим видам продукции. Это заставило изготовителей постоянно обновлять продукцию, так как прежняя не имела бы сбыта. В то же время механизация и автоматизация производственных процессов, являющиеся следствием НТП, настолько повысили стоимость основных производственных фондов, что размер единовременных капиталовложений, связанных с обновлением продукции, неизмеримо вырос по сравнению с тем, что было 30—40 лет назад. Так, кардинальное изменение модели легкового автомобиля обошлось компании «Форд» в начале 80-х гг. в 3—4 млрд дол., в то время как такая же замена модели в 40-е гг. стоила около 40 млн дол.

Изготовители значительно чаще, чем раньше сталкиваются с проблемой выбора нового образца изделия, и выбор этот стоит неизмеримо дороже. Поэтому изготовитель, приступая к разработке и освоению новой продукции, желает быть уверенным, что она наверняка будет иметь своего потребителя. А отсюда следует изменение подхода изготовителя к проблеме «производство — сбыт».

Если раньше главным было суметь наладить производство продукции, а сбыт представлялся чем-то второстепенным, обязательно появляющимся вслед за производством, то сейчас никто не может допустить такого подхода. Он чреват крахом или огромными потерями. Только имея уверенность в сбыте, можно позволить себе вкладывать средства в производство.

Таковы предпосылки признания крупными корпорациями маркетинга в качестве единственно возможной концепции управления. Э. Берман определяет само понятие маркетинга как «предвидение, управление и удовлетворение спроса на товары, услуги, организации и идеи посредством обмена» [21, с. 17] или как «социальный процесс, посредством которого прогнозируется, расширяется и удовлетворяется спрос на товары и услуги посредством их разработки, продвижения и реализации» [21, с. 16]. Эти традиционные определения характеризуют маркетинг как специфический вид деятельности, позволяющий компании заранее быть уверенной, что ее продукция необходима покупателю. Но в последнее время менеджеры крупных компаний приходят к пониманию того, что маркетинг — это не только деятельность каких-то специальных служб, занимающихся прогнозированием потребностей, воздействием на спрос и продвижением продукции к потребителю, но и управленческая концепция, которой должна быть пронизана деятельность всех без исключения подразделений компании, даже тех, которые не имеют никакого контакта с потребителями. Любой конструктор, рабочий должен руководствоваться философией приверженности интересам потребителя: «Концепция маркетинга есть не что иное, как учет желаний потребителя, общность ощущений с потребителем и удовлетворение их на таком уровне, как сам производитель удовлетворял бы свои собственные желания», — пишут японские специалисты. Если в справедливости этой концепции убежден каждый рабочий, изготавливающий ту или иную деталь, то за ним не требуется контроль. И это надежнейшая гарантия качества, потому что даже самая тщательная проверка не может выявить все дефекты. Множество примеров, подтверждающих необходимость проникновения маркетинговой философии во все подразделения компании, приводят в своих книгах крупнейшие американские менеджеры Ф. Роджерс и Ли Яккока [4,6].

Но, оказывается, и этого недостаточно. Мало того, чтобы все в компании воспринимали проблемы сбыта как свои собственные.

Важно еще, что подразумевается под конечным результатом деятельности компаний — сбыт продукции или нечто большее. На первом этапе развития маркетинговой стратегии акцент делался на создании условий, гарантирующих продажу продукции потребителю, а не на удовлетворении потребительских нужд с помощью этой продукции. Все усилия компании были направлены в первую очередь на то, чтобы убедить потребителя в целесообразности покупки и создать наилучшие условия для продвижения продукции от изготовителя к потребителю.

Огромное внимание уделялось рекламе, созданию разветвленной оптовой и розничной сети, сокращению сроков исполнения заказов и т. п.

Цель деятельности компании считалась достигнутой в момент передачи прав на продукцию покупателю и получения от него денег. Насколько полно он удовлетворяет свою потребность с помощью покупки и насколько эта потребность существенна для него, изготовителю было безразлично.

Характерным приемом такой стратегии, ориентированной не на подлинные интересы покупателя, а на собственные интересы изготовителей, была концепция американского автомобилестроения в 60-е гг. Покупателей убеждали в том, что любой уважающий себя американец должен раз в три года менять автомобиль. Обновление практически ничего не давало им, кроме удовлетворения тщеславия. Менялись форма автомобиля, интерьер, набор удобств. Проблемы же безопасности, экологичности, экономичности не решались. Зато можно было снижать долговечность и при этом за счет уменьшения расхода металла, ослабления антикоррозийной защиты сокращать издержки. Это была концепция, ориентированная на максимизацию текущей прибыли автомобилестроительных компаний, а не на подлинные интересы потребителей. Когда в США оформилось движение консьюмеризма (защиты прав потребителей), и коллективный покупатель прозрел, то это его прозрение дорого обошлось американским автомобильным компаниям. Некоторые из них разорились дотла, некоторые потеряли миллиарды долларов. А в целом американское автомобилестроение вынуждено было в начале 80-х гг. сокращать на 20—30% объем производства, тогда как миллионы американцев покупали японские автомобили. По этому поводу справедливо высказался один из руководителей крупнейшей в мире автомобильной компании: «Я думал, что мы осуществляли маркетинг. У нас был вице-президент по вопросам маркетинга, квалифицированный отдел рекламы, искусные процедуры планирования маркетинга. Все это оказалось обманом. Когда настали тяжелые времена, я понял, что мы не производили автомобили, которые требовались потребителям. Мы не реагировали на новые потребности» [17, с. 30].

На этом этапе управление потребностями покупателя рассматривалось в качестве одной из главнейших задач маркетинга. Целью этого управления было расширение потребления тех товаров, которые изготавливала корпорация, поскольку рост корпорации был главной целью технотруктуры. По мере насыщения рынка и повышения культуры и организованности потребителей эта маркетинговая стратегия оказывалась все более несостоятельной.

На следующем этапе пришло понимание того, что конечным результатом деятельности компании должно быть удовлетворение потребности, а не факт продажи. Это означает, что компания «ИБМ» не ограничивается продажей ЭВМ, а делает все для того, чтобы потребитель мог с помощью приобретенной машины удовлетворять свою потребность в вычислениях, обработке информации и т. п. Руководствуясь такой маркетинговой стратегией, компания заботится о повышении надежности своей продукции, обеспечении ее возможно большим набором стандартных программ, при необходимости своими силами поддерживает ее работоспособное состояние.

В предыдущем параграфе мы отмечали, что развитие компании может идти не по пути роста объемов, а в направлении удовлетворения все большего количества желаний при потреблении меньшего количества ресурсов. Использование маркетинговой концепции, основанной на стремлении удовлетворять желания потребителя как свои собственные, позволяет осуществлять развитие без роста объемов. Беря на себя часть забот потребителя по удовлетворению его потребностей, компания, во-первых, сохраняет его в качестве потенциального покупателя и, во-вторых, получает дополнительную сферу приложения своих усилий. Потребителю это выгодно потому, что, занимаясь ремонтом, эксплуатацией, разработкой программы, он тратил бы гораздо больше средств, чем оплачивая услуги специалистов компании-изготовителя. Компании это выгодно, поскольку, занимаясь такой специализированной деятельностью, она несет настолько более низкие издержки, чем те, которые нес бы потребитель, что, даже назначая выгодную для потребителя цену, она получает огромные прибыли. Целый ряд источников указывает, что компании, применяющие эту концепцию маркетинга, получают более 50% прибыли от послепродажного обслуживания своей продукции.

Осознание своей миссии как необходимости наиболее совершенным способом удовлетворять нужды потребителя заставляет корпорации по-другому подходить и к обновлению продукции.

Когда-то появление новых по качеству товаров происходило спонтанно. Люди эпизодически открывали для себя полезные свойства уже существующих в природе материалов, растений, животных, явлений. Научившись использовать эти полезные свой-

ства, они старались воспроизводить найденные блага, так как количество имевшихся в природе в готовом виде было ограничено и нестабильно во времени. Развитие производства сводилось в основном к их воспроизводству и некоторому видоизменению. Развитие науки и техники позволило во второй половине XX в. перейти к непрерывному процессу создания новых материалов и явлений, ранее не существующих в природе, и тем самым создало основу для появления бесконечной гаммы новых по качеству потребительных стоимостей.

Стекловолоконная оптика, биоэлектроника, лазерный луч, синтетические материалы и т. п. обладают совокупностью свойств, отсутствующих в естественных природных условиях. Поэтому нужда в них не могла существовать, пока они не были созданы производством на базе достижений научно-технической революции. Информационная революция еще больше ускоряет появление качественно новых потребительных стоимостей. Потребности в сетях ЭВМ, телефаксах, видеофонах, голографических устройствах еще несколько десятилетий назад могли существовать только в научной фантастике.

Таким образом, можно констатировать, что НТР, с одной стороны, обеспечив насыщение рынков, обусловила необходимость создания производством потребительных стоимостей нового качества, а с другой стороны, обеспечив возможность рождения неизвестных в природе материалов и явлений, предоставила производство для этого условия. В этом, по нашему мнению, заключается то новое, что характеризует взаимосвязь производства и потребления в эпоху НТР. Производство, чтобы развиваться, должно порождать новые нужды и повышать степень удовлетворенности ранее существовавших за счет постоянного повышения качества изделий и услуг или создания принципиально новых видов продукции. Итак, мы рассмотрели вопрос о необходимости и возможности управления нуждами.

Рассмотрим теперь потребности, т. е. специфическую форму удовлетворения нужды. Знает ли потребитель, что ему нужно, какими свойствами должен обладать предмет, для того чтобы удовлетворить определенную нужду?

Когда речь идет об удовлетворении давно существовавшей нужды, то потребитель знает, какими должны быть предметы и услуги. Но он не знает всех возможных способов удовлетворения нужды. Например, в свое время для бритья применялись лезвия, затем их сменили электробритвы, и не вызывало сомнений, что любой мужчина знает, какой товар ему нужен, чтобы бриться. Но вот компания «Жиллет» выпустила двухлезвенные бритвы с плавающими ножами, и оказалось, что именно они позволяют наиболее экономичным и гигиеничным способом удовлетворять нужду. Для

появления такого товара недостаточно было бы изучения запросов потребителей. Изготовитель должен был сам отыскивать наиболее совершенный способ удовлетворения нужды.

Тем более невозможно получить от потребителя сведения о способах удовлетворения нужд, которых еще не существует. Например, невозможно было бы узнать, сколько и какого качества потребуется плееров, пока они не были созданы. Изготовитель способен и вынужден управлять потребностями, руководствуясь сформулированным японцами принципом: «открывать в своей продукции новые свойства, которые еще не известны потребителю, но будут ему полезны».

Верховенство потребителя заключается не в том, что он знает, что ему будет нужно, а в том, что за ним последнее слово в признании изделия. Он либо покупает, либо нет. Но, как мы уже отмечали ранее, и здесь он не полностью самостоятелен, так как есть способы воздействия на его сознание. По выражению Гэлбрейта, потребитель не стал абсолютно послушным, но он внушаем.

Стратегия маркетинга, ориентированного на удовлетворение нужд, состоит в опережении требований покупателя.

Еще 10—15 лет назад считалось, что правильная стратегия изготовителя заключается в том, чтобы чутко реагировать на требования рынка. Для этого необходимо было изучать условия эксплуатации (или потребления) продукции и вносить усовершенствования, соответствующие изменяющимся условиям потребления. Но невиданное ускорение научно-технического прогресса привело к тому, что требования потребления тоже начали меняться стремительно. Если при подготовке к производству продукции нового качества ориентироваться на сегодняшние, даже самые высокие, требования, то потребителю придется ждать их удовлетворения ровно столько, сколько времени необходимо для разработки и освоения новой продукции, т. е. в большинстве случаев несколько лет. Порожденная тем же научно-техническим прогрессом глубокая специализация автоматизированных комплексов для производства отдельных видов продукции и, следовательно, специфические технологии и оборудование, во-первых, не позволяют быстро перестраивать производство и, во-вторых, требуют вовлечения в процесс изменения продукции большого количества поставщиков и субпоставщиков.

Таким образом, ускорение научно-технического прогресса, с одной стороны, диктует необходимость сокращения сроков обновления продукции, а с другой — увеличивает время подготовки к производству новой продукции, особенно в крупносерийном и массовом производстве.

Поэтому сейчас приемлем только один путь — изучение изготовителем тенденций в сфере применения продукции и поиски

возможностей создания новых свойств изготавливаемой продукции, соответствующих этим тенденциям. Такая стратегия требует и новой направленности научных исследований. Они должны ориентироваться не столько на технологию собственного производства, сколько на изучение условий применения продукции, т. е. вторгаться в смежную отрасль. Такой подход был реализован и на передовых отечественных предприятиях.

Например, в свое время Уралмашзавод разработал установку кустового бурения, когда из одной точки под углом расходятся сразу несколько скважин. В условиях труднодоступной, болотистой Западно-Сибирской низменности такая установка дает огромную экономию на транспортных расходах, на обустройстве. Ничего подобного в мировой практике не было, и поэтому сами буровики не могли выдвинуть такой комплекс требований.

Сама идея появилась в результате глубокого изучения машиностроителями специфических условий труда тюменских нефтяников. Буровики по достоинству оценили техническую новинку, приложили немало усилий при ее освоении. Еще пример: радиальная машина непрерывной разливки, которую уралмашевцы поставили в свое время металлургам как альтернативный вариант западно-германской установки с вертикальной разливкой. Металлурги, уже освоившие к тому времени установки с вертикальной разливкой, не только не просили у машиностроителей радиальную установку, но и не верили в ее достоинства. Практика показала ошибочность их мнения, и сейчас во всем мире по нашим лицензиям создают радиальные установки.

В основе этой стратегии — понимание того, что изготовитель гораздо лучше, чем потребитель, знает возможности усовершенствования своей продукции и должен изучать условия ее применения, чтобы определять, какие из этих потенциальных возможностей будут полезны потребителю. Потребитель знает продукцию в ее проявлениях, а изготовитель — ее сущность. Зная сущность, легче изучить различные аспекты явления, чем наоборот.

Но и этот, еще недавно казавшийся ультрасовременным, подход, ориентирующий изготовителя на удовлетворение нужд отдельных заказчиков, уже устарел. Ф. Котлер отмечает, что наибольшего успеха добиваются компании, взявшие на вооружение концепцию социально-этического маркетинга [2].

Принципиальное отличие этой концепции заключается в том, что в потребителе видят не индивидуального заказчика, а члена общества, элемент системы. Если, изготавливая автомобиль, мы заботимся только о своем заказчике, то объем и содержание выхлопных газов нас не интересуют, ведь они не попадают в салон автомобиля. Однако будущий владелец автомобиля находится в окружении людей, которым эти выхлопные газы доставляют



неприятности, и они могут не позволить ему пользоваться этим автомобилем. Именно такая эволюция и происходит на наших глазах. Еще 30 лет назад не было даже такого понятия, как показатель экологичности. А сегодня этот показатель в густо населенных странах является определяющим условием использования любой техники с двигателями внутреннего сгорания.

Мы становимся свидетелями того, что не только производство, но и потребление начинает приобретать общественный характер. Обществу безразлично, какими товарами удовлетворяет свои потребности индивид. Беря на себя заботу о здоровье индивидов, общество вправе влиять на их потребление, чтобы оно не приносило здоровью вреда. Это влияние может выражаться в запрете по отношению к изготовителю, убеждении по отношению к потребителю, в иных экономических, нравственных формах. Важно то, что потребление перестало быть частным делом индивидов. Системный подход необходим теперь и при изучении потребителя. Его надо рассматривать как часть системы. Соответственно, следует изучать его роль в системе, то, как он должен вести себя, чтобы отвечать требованиям системы, а уже исходя из этого определять, каким способом должны удовлетворяться его потребности. В Англии, например, запрещают использование электробытовых приборов, мощность которых превышает определенный уровень. Еще 30 лет назад это казалось насильем над личностью. Какое кому дело, если потребитель способен оплачивать повышенный расход электроэнергии. А сегодня это не вызывает удивления. Ограниченность энергоресурсов стала настолько очевидной, что уменьшение энергопотребления рассматривается как общенациональная задача. И ограничения воспринимаются не как насилие над личностью, а как вовлечение всех индивидов в решение общенациональной проблемы. Естественно, те компании, которые не уловили заранее настрой общества, оказались в критической ситуации, их продукция стала нереализуемой.

Как видим, концепция социально-этического маркетинга — это не порождение социалистически настроенных мыслителей. Это объективная необходимость, которую не все еще осознали. Но именно те компании, которые научились мыслить категориями общества, добиваются наилучших результатов. Президент южнокорейской компании «Кореа системз» Ли Тон Хун сформулировал эту мысль следующим образом: «Есть одна закономерность, и она проверена нашим опытом в целом и моим в частности. Если ты действительно хочешь сделать бизнес, то должен прежде всего думать об интересах граждан, а потом уже о личной выгоде» [57, с. 5].

Расстановка приоритетов, предложенная Ли Тон Хуном, основана на понимании того, что если продукция не нужна гражданам,

то ее бессмысленно производить и никакой личной выгоды просто быть не может. Но если она нужна гражданам, но противоречит интересам общества, то рано или поздно это противоречие разрешится в пользу общества. Зная интересы общества, можно избежать противоречия.

Концепция социально-этического маркетинга предполагает не только перемещение акцентов с потребностей индивидуумов к требованиям общества, но также и предпочтение долгосрочных результатов удовлетворения потребностей краткосрочным. «Компания «Кока-кола», — пишет Ф. Котлер, — должна думать о том, что фосфорная кислота, содержащаяся в напитке, приносит вред зубам, кофеин вызывает судороги и бессонницу. А безоборотные бутылки для «кока-колы» — это огромные затраты ресурсов и загрязнение окружающей среды, так как они изготавливаются из материалов, не поддающихся биохимическому разложению» [2, с. 30]. Потребитель, удовлетворяя жажду «кока-колой», не думает об этих последствиях. Прежний взгляд на маркетинг позволял остановиться на сегодняшней удовлетворенности потребителя. Что будет думать потребитель через 15—20 лет о своем сегодняшнем способе удовлетворения потребности, казалось безразличным. Научившись планировать стратегически, пришли к пониманию необходимости оценивать отдаленные последствия сегодняшнего потребления, поскольку наступит время, когда эти отдаленные последствия станут реальностью и могут привести к краху компании.

Заканчивая этот параграф, отметим, что современные процветающие компании стараются все управление пронизать маркетинговым подходом, отдавая предпочтение концепции социально-этического маркетинга.

### 3.3. Перестройка организации

В 50-е гг. весь мир восхищался американской системой управления. Западная Европа, а затем и страны социалистического лагеря начали в той или иной степени перенимать американские методы.

Когда в 70-е гг. всеобщее внимание привлекли успехи японской промышленности, то они были объявлены «чудом», «парадоксом», потому что японские методы управления не соответствовали американской теории. Только в начале 80-х гг. пришло понимание, что нет «японского чуда». «...Никаких японских чудес никогда не было и нет, это мы задремали, мы были самонадеянны, мы были бесшабашны. Нас победили, задавили, отколошматили, потому что наши руководители не заботились о качестве, перестали вкладывать средства в технологию, стали высокомерно

относиться к простым людям, которые работают на них и на потребителей, покупающих их продукцию», — пишет Уотермен [11, с. 28]. Он, по существу, констатирует, что американская система управления обусловила отставание производственных отношений от новых производительных сил. Написанная им в соавторстве с Питерсом книга «В поисках эффективного управления» [12] сыграла в начале 80-х гг. роль катализатора управленческой революции в США. В этой книге дан анализ методов управления в процветающих компаниях, из которого прагматичные американцы сделали вывод о необходимости немедленной перестройки организации в большинстве компаний. О размахе преобразований можно судить хотя бы по такой цифре — за два года было высвобождено 600 тысяч менеджеров различного ранга. Конечно, они не остались безработными. Их переучили и использовали на других работах, но из управленческой деятельности они ушли. Интересный анализ проведенных преобразований дан в работах Грейсона и О'Делла и Фолкнера [9, 45].

Какие же недостатки организации заставили прибегнуть к кардинальным изменениям?

Во-первых, многоуровневая система управления. Уотермен приводит в качестве примера американскую металлургическую компанию «Дана», имевшую в 70-е гг. 14 уровней управления [11]. При такой многоуровневости замедляется прохождение информации снизу вверх и обратно и снижается ее достоверность. В результате реакция на любые изменения запаздывает и зачастую неадекватна, так как решения принимаются на основании искаженной информации, да еще и людьми, детально не знающими конкретные условия.

Во-вторых, это функциональные барьеры, неизбежные при той функционально-линейной структуре, которая существовала до недавнего времени во всем мире, а на российских предприятиях остается типовой и сегодня. Функциональная структура хороша, когда ставятся рутинные задачи, не требующие оперативного принятия решений. Функциональные подразделения вырабатывают стандартные решения (инструкции, положения), передают их линейным службам и соответствующим функциональным подразделениям нижнего уровня управления. Например, отдел главного механика разработал какие-то новые методы проведения планового ремонта, передает их для реализации в цеха, направляет начальникам цехов и их помощникам по механооборудованию. Как только происходят возмущения, сразу обнаруживается коренной недостаток функциональной структуры — невозможность горизонтального согласования. Если у механика цеха возникают разногласия с электриком цеха, вызванные тем, что инструкции, полученные каждым из них, требуют различного реагирования, выясняет-

ся, что они лишены права самостоятельно решить вопрос между собой. Иерархическая функциональная структура затрудняет коммуникации между коллегами на одном уровне управления, а иногда делает их бесполезными, так как каждая служба руководствуется своими ведомственными интересами. В решение вопроса, который мог бы быть снят двумя коллегами на третьем уровне, при десятиуровневой системе окажется вовлеченным еще несколько десятков человек. В результате кроме замедления принятия решений еще резко возрастает численность людей, занятых управлением.

В-третьих, стремление сэкономить за счет масштабов производства привело к непомерному увеличению размеров хозяйственных единиц. Экономия на масштабах производства нередко оказывается меньше, чем потери от снижения производительности труда на крупных производствах по сравнению со средними. Так, в работе [9] приводятся данные исследования сравнительной производительности в хозяйственных единицах с численностью работников около 500 и 4500 человек.

В первом случае производительность труда на 50% выше. Питерс и Уотермен тоже называют в качестве оптимальной численность работающих под одной крышей 500 чел. В противном случае теряется ощущение единой команды, возникает множество проблем и конфликтов.

В-четвертых, негативно сказывается организация производства на основе изолированных рабочих мест. Со времени распространения массового производства технологический процесс разбивали на простейшие операции, каждую из которых выполнял отдельный рабочий на своем рабочем месте. Со временем эти операции механизировались и даже автоматизировались, но ответственность и интересы рабочего не выходили за их пределы. Это делало труд монотонным, непривлекательным. Творческое участие рабочих в повышении качества продукции и росте производительности труда становилось маловероятным, потому что процесс создания продукции оставался для рабочего неизвестным. В 70-е гг. сторонники обогащения содержания труда предпринимали усилия по снятию его монотонности путем увеличения самостоятельности, сознательности, стимулирования творческого подхода. Это давало определенные результаты, но существенного влияния на повышение эффективности не оказало, потому что основа производства оставалась прежней — специализированные рабочие места.

Нетрудно заметить, что те же самые пороки свойственны организации производства на российских предприятиях. В книге бывшего вице-президента компании «Дженерал Моторс» де Лориа-на [18] описаны те же неповоротливость бюрократической системы, чиновничье безразличие к интересам предприятия, которые

были свойственны нашим министерским структурам. О чем как не о знакомой нам чрезмерной централизации полномочий свидетельствует тот факт, что ежедневно каждому вице-президенту компании приносили для анализа тексты объемом 600—700 машинописных страниц. Естественно, даже работая по 16—17 часов в день, они физически не могли перерабатывать такой объем информации и принимать обоснованные решения. Однако крупные корпорации нашли выход в совершенствовании организации, а не в разукрупнении компаний, т. е. не пошли по пути превращения их в массу совершенно независимых предприятий.

В чем же суть этих изменений?

#### 1. Децентрализация управления.

Децентрализация заключается в значительном увеличении доли решений, принимаемых по месту возникновения проблем. Верхние уровни управления делегируют свои права нижестоящим структурам. Идея, казалось бы, не новая, но все дело в масштабах делегирования. Если раньше целью делегирования полномочий считали в первую очередь разгрузку вышестоящих менеджеров, то сегодня децентрализацию рассматривают как средство ускорить реагирование на непрерывно происходящие изменения и повысить его качество. Реализуя принцип: «исполнитель всегда лучше знает, как хорошо сделать работу», последнему дают право самостоятельного решения всех возникающих в ходе выполнения работы проблем.

За высшим руководством остаются вопросы стратегического планирования, но и они, как отмечалось ранее, решаются с привлечением всего персонала. Это не означает, что высшее руководство, занимаясь стратегией, может оторваться от повседневной жизни. Один из высших руководителей «ИБМ» говорит по этому поводу: «Когда мы осознаем, что в чем-то начинаем хоть немного отставать от жизни, кто-либо из нас отправляется в Ролестерскую лабораторию или в отделение компании, чтобы встретиться с покупателями, агентами по сбыту и инженерами, либо едем в Рейли, чтобы ознакомиться с нашей стратегией в области логических схем» [11, с. 160]. Высшие руководители, не участвуя прямо в принятии решений на местах, обязаны знать повседневную жизнь и нести за нее ответственность. Делегируя полномочия вниз, они исходят из понимания того, что хозяйственные задачи имеют не одно единственно правильное, а множество решений. Обязанность менеджера — установить границы достаточно широкого пространства принятия решений. Задача подчиненных — найти наилучший способ выполнения работы в рамках заданного пространства. При этом работники всех уровней предлагают конкретные идеи, способствующие решению более общих задач. Ценность такого подхода — в том, что знающий как никто

другой конкретные условия работник находит наилучшие решения и, что не менее важно, ощущает себя не исполнителем чужой воли, а личностью. «Необходимо раздвинуть стены достаточно широко, чтобы дать людям максимум простора, но не настолько далеко, чтобы руководство не сумело поддерживать работников, когда они спотыкаются; стены должны обеспечивать устойчивость и ориентиры, но не стеснять и не ограничивать. По мере роста профессиональных навыков границы можно расширять» [11, с. 169].

Реализуется децентрализация посредством структурных изменений: сокращения числа уровней управления и сокращения количества функциональных подразделений в штабных службах за счет их интеграции.

В компании «Дана», где было 14 уровней управления, осталось 5, и ее руководители ищут возможность сократить их до 4, опровергая представление о неизбежности многоуровневого управления в организациях с большой численностью сотрудников. Питерс и Уотермен приводят в качестве примера католическую церковь, охватывающую 800 млн человек и имеющую всего 5 уровней управления [12].

Сокращение количества функциональных подразделений улучшает горизонтальную коммуникацию. О масштабах реорганизации можно судить по таким цифрам. В компаниях «Форд» и «Крайслер» было сокращено 40% штатных должностей, а в среднем по крупным корпорациям это сокращение составило 35%. Следует еще раз отметить, что сокращение управленческого персонала — не самоцель. Повышение эффективности производства в реорганизуемых компаниях достигалось не столько за счет снижения издержек на содержание управленческого персонала, сколько благодаря ускорению и повышению качества управленческих решений, достигнутых в результате децентрализации управления.

## 2. Бригадная организация.

Базовым структурным элементом в новой организации является не индивидуум, а группа работников. Администрация, оценивая и стимулируя работу, устанавливая задания и определяя пространство решений, имеет дело с группой работников. Это касается и рабочих, и инженерно-технического персонала. Межфункциональная группа может быть сформирована в механообрабатывающем цехе, где в единую бригаду объединены рабочие, выполняющие токарные, фрезерные, строгальные и долбежные операции. Для администрации эти рабочие перестают быть токарями, фрезеровщиками, строгальщиками. Все они — члены единой бригады, выполняющей ряд операций по изготовлению изделия. Лучше всего, если бригада производит законченный продукт, но даже если это полуфабрикат, то производство организуется таким

образом, чтобы бригада выдавала конечный результат. И труд бригады оценивается по качеству и количеству произведенной ею готовой продукции или заготовок. Точно так же на групповой основе организуется деятельность инженерных работников. В качестве классического примера приводится деятельность группы работников компании «Сейко», изготавливавшей электронные часы. В составе группы были конструкторы, электронщики, физики, социологи, проработавшие вместе 15 лет. Постепенно каждый из них стал в какой-то мере гибридом из этих специалистов, а группа в целом обрела уникальную квалификацию, которой не было ни у одного из них по отдельности.

Первая модель электронных часов была размером с грузовой автомобиль, вторая — с письменный стол, третья приближалась по размерам к карманным часам. В итоге они создали первоклассные часы, заслужившие международное признание. О групповом методе сейчас написано множество книг, и мы не ставим своей целью в этом кратком обзоре подробно описывать все его достоинства и недостатки. Он получил широчайшее применение в Японии, хотя известен был еще раньше и у нас, и в других странах.

Хотелось бы только отметить, что попытка его широкого внедрения в нашей стране, предпринятая в начале 80-х гг., оказалась неудачной, и не потому, что бригадная организация не подходит для наших условий, а потому, что не были созданы необходимые предпосылки. Производство должно было быть реорганизовано таким образом, чтобы бригада могла выпускать продукт; необходимы повышение квалификации работающих, что обеспечило бы взаимозаменяемость и постоянную ротацию в бригадах; поддержание стабильности состава, без чего неосуществимы согласованность действий и взаимное доверие, и, наконец, установление единых экономических показателей.

В США на заводе компании «Тудир» в штате Оклахома в ходе реорганизации были созданы 164 бригады, в каждой из которых состояло от 5 до 27 чел. Эти бригады, именуемые «бизнес-центрами», несли полную ответственность за достижение поставленных перед ними целей, отвечали за повышение производительности, затраты, потери, все прочие показатели. В результате реорганизации затраты на производство единицы продукции оказались ниже, чем на аналогичном производстве в Южной Корее.

В Японии в компании «Киосера» существует 1200 «амебных единиц», в каждой из которых по 30 чел. Все они имеют хозрасчетные показатели. Определяющим является показатель чистой продукции. И хотя поощряются работники только морально, стремление их к достижению показателей очень велико. Это высокотехнологичная фирма, занимающаяся изготовлением искусственных кристаллов, искусственных корней зубов, костей. И ее



руководство считает, что групповая организация наилучшим образом отвечает требованиям высокотехнологического производства.

Как видим, и здесь хорошо и давно нам известный бригадный хозрасчет приносит пользу, а у нас на многих предприятиях он превратился в очередную компанию. Еще одно свидетельство того, что хорошие идеи, реализуемые без понимания, под давлением, оказываются бесплодными.

### 3. Разукрупнение.

В предыдущей главе отмечалось, что саморегулирование возможно в коллективах с численностью до 400 чел. В начале этого параграфа приводились данные об оптимальном размере предприятия с численностью 500 чел. Именно такой размер предприятия принимается сегодня за основу при разукрупнении. По данным исследований, проводившихся в 70-е гг., оптимальными по численности считались предприятия с 3000—3500 работающими.

Почему же сегодня эта цифра уменьшилась в 7 раз?

Прежде, указывая оптимальную численность, рассматривали предприятие с позиций организмического подхода, т. е. без учета интересов работников и нацеленности на их участие в управлении. Управлять сверху можно большей массой людей, чем при ориентации на определенную степень самоуправления. Под определенной степенью самоуправления прежде всего подразумевается участие работников в планировании, формировании политики. При небольших размерах предприятия работники ощущают себя компетентными, способными оценивать работу коллег и руководителей и влиять на нее.

«Общее количество работников в той или иной компании здесь не имеет значения. Например, в компании «Моторола» занято 90 тыс. чел. Независимо от общего количества наилучшим организационным решением будет создание на каждом участке работы групп численностью 15—20 чел., работающих в подразделениях общей численностью не более 500 чел.», — считает Грейсон [9, с. 143]. Конечно, цифра 500 не является ни для кого обязательной, но, проводя реорганизацию, на нее ориентируются, если это возможно. Такие подразделения могут получать статус заводов, отделений, филиалов. Их главный признак — полная экономическая и юридическая ответственность за выполнение поставленных задач. В некоторых случаях они сами определяют номенклатуру, заказчиков, поставщиков и цены. В других случаях часть этих вопросов берет на себя компания. Например, немецкая фирма «Сименс» устанавливает своим заводам задание по себестоимости, оставляя за собой политику цен и распоряжение прибылью. При этом дополнительная прибыль, полученная заводами от снижения себестоимости, остается в их распоряжении. Остальная часть прибыли забирается компанией и централизованно распределяется.

Японские компании предоставляют предприятиям право установления цен и оставляют им часть прибыли. В общем, вариантов взаимоотношений между компаниями и их разукрупненными хозяйственными единицами существует много, но везде сохраняется единая собственность.

Компании идут на децентрализацию управления, на разукрупнение производства, но не на разрушение.

### 3.4. Демократизация управления

Большинство исследователей, анализирующих деятельность процветающих компаний, отмечают тенденцию к демократизации управления. Степень и формы ее различны, но тенденция к вовлечению в принятие решений все большего количества работников проявляется у всех.

В чем же причина повсеместного отхода от авторитарных методов управления? По нашему мнению, причина кроется прежде всего в изменении критериев результативности труда и самого его характера.

Рассмотрим сначала, какие изменения произошли в оценке результатов труда.

До насыщения рынка, когда главным условием конкурентоспособности продукции была ее низкая цена, наиболее важным результатом труда было увеличение количества производимой продукции и достигаемое за счет роста объемов снижение издержек. Насыщение рынка привело к выдвиганию качества на первое место среди факторов, определяющих конкурентоспособность. Поэтому главным критерием успеха корпорации стало качество изготавливаемой ею продукции. Сегодня все без исключения процветающие компании отмечают, что без переориентации управленческой деятельности на постоянное повышение качества как на первоочередную цель успешное развитие было бы невозможным [9, 12, 16, 17, 20, 31].

Отношение к качеству продукции изменилось еще и потому, что попадание к потребителю недостаточно качественной продукции стало причиной гораздо более тяжелых потерь, чем несколько десятилетий назад. Потери от того, что в микропроцессоре оказался некачественный элемент, могут в миллионы раз превосходить затраты на его изготовление, если этот микропроцессор встроен в комплекс какого-то уникального дорогостоящего производства (доменной печи, химического завода, атомной электростанции...). Еще более тяжелыми могут быть последствия, если речь идет не об экономическом ущербе, а о жизни или здоровье людей, которые находятся все в большей зависимости от надежности используемой

ими в быту и на производстве техники. Поэтому нынешние требования к уровню дефектности продукции несоизмеримы с прежними. Сейчас существуют производства (в Японии производства электронно-бытовой техники), где считается приемлемым изготовление 1—2 дефектных изделий на 1 млн. Большой уровень дефектности признается недопустимым. Такой уровень качества невозможно обеспечить традиционными методами контроля готовой продукции, т. е. проверяя и сортируя ее на годную и негодную. Оно может быть обеспечено только в результате создания условий бездефектного производства, и одним из важнейших среди этих условий является отношение работников к труду. Когда главным критерием результативности труда было количество, при механизированном производстве от работника требовались прежде всего квалификация и дисциплинированность. Он должен был уметь обслуживать машину, обеспечивая ее бесперебойную работу. Для этого достаточно хорошо знать и исполнять инструкции. Система управления строилась на том, чтобы создать условия, побуждающие работника неукоснительно исполнять инструкции: научить его, контролировать исполнение им инструкций и применять экономические санкции к тем, кто их не исполняет.

Когда главным критерием становится качество, то прежняя система управления оказывается несостоятельной. Дисциплинированности теперь уже недостаточно. Никакая, даже тщательно продуманная, инструкция не может предусмотреть случайное сочетание незначительных изменений технологических факторов, при котором продукция окажется негодной.

Любая инструкция предусматривает какой-то диапазон колебаний параметров. В пределах этого диапазона, не нарушая инструкций, но и не стремясь предотвратить появление некачественной продукции, дисциплинированный, но незаинтересованный работник может выпустить негодные изделия. Отступление от стандарта может составлять доли процента, и работника не в чем обвинить, потому что он ничего не нарушил. Он просто не стремился отыскать наилучший вариант в пределах того диапазона, который регламентирован инструкцией, в пределах своего пространства решений. Да и проконтролировать соблюдение технологии зачастую практически невозможно, если отступление от нее незначительны. Только сам работник знает, насколько тщательно он ее соблюдает. Приведенное рассуждение касается не только рабочих, но и конструкторов, технологов. У каждого есть свое пространство решений, от которых зависит качество продукции, будь то деталь, конструкция или технология.

Таким образом, когда качество, а не количество становится главным критерием результативности труда, сознательная дисциплина должна дополняться творчеством исполнителя любого уровня и его внутренней убежденностью.

Вторым очень важным критерием результативности стала экономия всех ресурсов. Раньше снижение издержек в основном обеспечивалось за счет увеличения масштабов производства. В связи с насыщением рынков и уменьшением потребности в росте объемов это направление сейчас становится менее вероятным, предпочтение отдается техническому и организационному совершенствованию, когда за счет снижения материалоемкости конструкции, повышения безотходности и уменьшения энергоемкости процессов, бережливости и т. п. экономятся ресурсы. Актуальность этого направления нарастает по мере развития промышленного производства. В процессе экономии ресурсов первостепенную роль тоже играет творческое участие всех работников. Итак, изменение критериев результативности труда требует нового отношения работающих. Вот почему современная корпорация вынуждена вовлекать их в планирование и управление. Без учета их интересов, которые только ими самими могут быть правильно представлены, невозможно ожидать от них творческих усилий и внутренней убежденности в необходимости достижения поставленных целей. В этом и заключается одна из важнейших причин демократизации управления.

Помимо этого, существуют еще причины, связанные с изменением самого характера труда.

Во-первых, труд преимущественно стал умственным. Когда человек работает физически, легче проконтролировать, все ли он делает так, как представляется правильным руководителю. Исполнительность поддается контролю. Когда труд носит преимущественно умственный характер, внешний контроль за ним невозможен. Можно судить только по результатам. Поэтому само понятие дисциплинированности по отношению к умственному труду неприменимо. Не случайно многочисленные попытки формализованно оценить трудоемкость и качество умственного труда не увенчались успехом. Поэтому управлять людьми умственного труда авторитарными методами гораздо сложнее, чем людьми физического труда.

Во-вторых, труд принимает все более общественный характер, поскольку созданием одного изделия могут одновременно или последовательно заниматься десятки, а то и сотни тысяч людей. При этом некачественный труд одного из них может свести на нет усилия всех остальных. При таком гигантском обобществлении труда недостаточно заинтересованности руководителей. Поэтому неоправданны надежды на улучшение результатов при изменении формы собственности, на то, что появится кровно заинтересованный в успехе хозяин, и все пойдет хорошо. Такое возможно только на мелком производстве, где хозяин в состоянии следить за деятельностью нескольких подчиненных. На крупном современном

производстве при подчинении массы исполнителей чужим интересам нельзя рассчитывать на их эффективную работу.

Итак, демократизация управления — это объективная потребность современного крупного производства. Но как добиться того, чтобы работники, получившие возможность участвовать в принятии решений, использовали ее в интересах компании, а не в своих личных или узкогрупповых? Ведь мы знаем, что полного совпадения интересов не бывает. Поскольку наибольших успехов в этом направлении добились передовые японские компании, мы на их опыте рассмотрим методы «синергического подхода» (синергия — совместная деятельность органов), или «воспитания корпоративной культуры». В это понятие вкладывается создание у каждого работника убежденности в том, что:

- интересы каждого неотделимы от интересов компании;
- судьба компании зависит от каждого;
- только коллективные усилия способны привести к успеху.

Сначала проанализируем, как формируется убежденность в тождестве интересов. Одним из условий такого тождества является система пожизненного найма, применяемая большинством крупных японских компаний. Суть ее заключается в том, что каждый поступающий на постоянную работу после прохождения испытательного срока (как правило, трехлетнего) заключает с фирмой договор, в соответствии с которым он не может быть уволен, пока существует фирма. Причиной увольнения может быть только очень грубое нарушение трудовых обязанностей, что бывает невероятно редко. Учитывая наличие в стране хоть и небольшой, но безработицы и, что самое главное, резкое различие между условиями труда, заработной платой и льготами в крупных и мелких фирмах, каждый работник крупной компании дорожит возможностью оставаться в ней всю свою трудовую жизнь. В результате текучесть кадров в этих компаниях составляет 1,5—2,5% (в целом по стране 6%), в то время как в США — более 20%.

Реальность пожизненного обеспечения работой на фирме в условиях меняющейся конъюнктуры многие годы подвергалась сомнению, особенно американскими специалистами. Они считали, что такие гарантии невозможны при спаде производства. Но практика 80-х гг. опровергла эти прогнозы. Так, концерн «Ниппон стил» из-за падения спроса на сталь в начале 80-х гг. закрыл свой завод «Кимицу» с несколькими тысячами работающих. Но рабочие и служащие не были уволены. Они были переведены на период реконструкции завода на созданный поблизости сельскохозяйственный комплекс с сохранением заработной платы. Компания «Мацусита дэнки» после сокращения спроса на цветные телевизоры высвободила 10 000 работников, но они не были уволены. Они занимались торговлей телевизорами, пока не продали все, что

скопилось на складах. Таким образом была сохранена уверенность работников в системе пожизненного найма. Сатору Такаянаги пишет: «Японский служащий очень тесно отождествляет себя с нанявшей его корпорацией. Как высшие должностные лица, так и рядовые исполнители считают себя представителями корпорации. В Японии каждый работающий убежден, что он — важное и необходимое лицо для своей компании и что ее судьба лежит на его плечах». Работник осознает, что все блага, получаемые им от компании — заработная плата, интересная работа, льготы, положение в обществе,— сохраняются за ним при одном условии — компания не должна прекратить свое существование. Ибо тогда некому будет выполнять обязательство пожизненного найма. А поскольку работникам умело, квалифицированно и непрерывно объясняют, от каких факторов зависит благополучие компании, то постепенно они проникаются сознанием, что от этих факторов зависит их личное благополучие. Но одной системы пожизненного найма было бы недостаточно для обеспечения столь низкой текучести кадров и отождествления работника с компанией. Способный, перспективный работник мог бы со временем найти себе место в другой компании с пожизненным наймом. Ведь пожизненный найм гарантирует ему компания, а он не берет на себя обязательство всю жизнь работать в этой компании.

Тут вступает в силу другое обстоятельство — система оплаты, основанная на трудовом стаже.

Размер оплаты одной и той же работы при одной и той же квалификации может возрастать в несколько раз в зависимости от стажа (в 2—3 раза). Перешедший в другую компанию лишается трудового стажа и начинает все сначала. По этой причине американские компании, желавшие открыть свои предприятия в Японии, не могли набрать квалифицированных специалистов, даже предлагая гораздо более высокую оплату. Продвижение по службе тоже зависит во многом от трудового стажа на фирме. Устойчивые связи, возникающие при неизменном составе участников, играют большую роль при решении творческих задач. Японцы успешно практикуют создание исследовательских, конструкторских групп из специалистов разного профиля, которые могут вместе решать какую-то проблему в течение 10—15 лет. Такая интеграция знаний дает великолепные результаты.

«Корпоративный дух» поддерживается еще и следующими приемами:

— часто проводятся фирменные церемонии: празднование по случаю открытия нового офиса или завода, начала нового года, начала службы пожизненно нанятых, выдающихся рекордов на производстве;

— каждую осень компании проводят спортивные встречи и



один или два раза в год организуют групповые туристические поездки, все расходы на которые берет на себя компания;

- крупные японские корпорации предоставляют служащим библиотеки, спортивные залы, бейсбольные поля, теннисные корты, обеспечивают денежными средствами различные добровольные объединения (по спорту, туризму, изучению традиционной японской культуры);

- на территории предприятия имеются клиники для рабочих и членов их семей.

В значительной мере чувство отождествления с фирмой создается набором дополнительных льгот:

- зачастую оплачиваются затраты на дорогу, страховку, обед;

- оплачивается значительная часть больничных расходов работников и членов их семей, обучение детей рабочих;

- компаниями предоставляются жилые дома по низкой цене своим работникам. Если у компании не хватает своих домов, она арендует их по обычной цене, сдавая работникам по более низкой;

- если работнику для каких-то крупных приобретений необходим кредит, то он предоставляется компанией за более низкий процент;

- цены в магазинах, находящихся на территории предприятий, ниже, чем в обычных;

- автомобильные компании продают своим рабочим машины по сниженным ценам.

Характерно, что все эти дополнительные льготы нигде не оговариваются как обязанность компании. Они свидетельствуют о внимании к интересам работника, предполагающем такое же отношение с его стороны к интересам компании. Общий уровень расходов на эти нужды может достигать 30—35% от фонда заработной платы. Безусловно, это не благодеяние компании, а та же заработная плата, выплачиваемая в иной форме. Но применяемая японскими компаниями форма выплат в виде льгот создает у работников чувство социальной защищенности.

Важным обстоятельством, способствующим отождествлению интересов работника с интересами компании, является то, что его статус в обществе в значительной мере определяется не столько личным благосостоянием, сколько принадлежностью к той или иной организации. Руководитель небольшой фирмы может иметь личный капитал, во много раз превосходящий состояние администратора крупной компании, но его положение в обществе будет значительно ниже, чем у рядового работника этой компании. Даже представляясь, японец в первую очередь называет не свое имя, а название компании. Принадлежность работника к компании «Хонда» поднимает его престиж в обществе так же, как в былые времена — принадлежность к знатному дворянскому роду. По-



сколько престиж фирмы зависит от ее успехов, постольку, преследуя интересы фирмы, работник поднимает свой престиж в обществе. Работа на фирме воспринимается не как труд «на кого-то», а как труд в интересах «всех», в том числе в своих собственных.

Но идентификации собственных интересов с интересами компании еще недостаточно для того, чтобы каждый стремился сделать все от него зависящее для успеха компании.

Отдельный индивид вправе полагать, что для успеха компании достаточно усилий остальных, и от того, что он лично не будет напрягаться, не пострадают ни компания, ни он сам. Вот почему необходимо создать такую атмосферу, чтобы каждый работник осознавал, что и от него лично зависит успех компании, а значит, и его собственный. Особенно наглядно прослеживается зависимость успеха компании от усилий каждого работника в вопросах, касающихся качества продукции. Зная о насыщенности рынка, работники проникаются пониманием того, что каждый случай попадания к потребителю некачественного изделия связан с потерей позиций на рынке, а там недалеко и до краха компании со всеми вытекающими для работника последствиями. Поскольку проследить участие каждого в делах фирмы невозможно, прослеживается участие бригады, а благодаря целому комплексу мер имидж бригады для работника отождествляется с его собственным.

Таким образом, «корпоративный дух» пронизывает, как видим, несколько уровней. Прежде всего, это преданность бригаде (неважно, рабочая это бригада или группа инженеров, экономистов). Затем преданность своей секции, участку, предприятию и, наконец, фирме. Поскольку в основании этой конструкции — бригада, то на ней и остановимся.

Если фирма — это большая общность, типа клана, то бригада может отождествляться с семьей. Японцы стараются создать такие взаимоотношения в бригаде, при которых неудача любого ее члена воспринимается как общая, а значит, и личная беда. Если на фирме, предприятии работают тысячи или десятки тысяч людей, то в бригаде — несколько десятков. В бригаде все друг друга знают, оценивают. Это особенно важно для управления качеством, потому что при выявлении любого дефекта как исполнителя рассматривают бригаду, а не конкретного рабочего. Такое отождествление бригады с каждым ее членом было бы бессмысленным со стороны администрации, если бы рабочие сами не отождествляли себя с бригадой. Какими же методами удастся добиваться превращения бригады в семью для рабочего?

Во-первых, благодаря стабильности состава бригады. За редким исключением работник, поступивший в бригаду, работает в ней всю жизнь. Поэтому огромное внимание уделяют подбору состава. Принимая нового работника, подвергают его всевозможным психо-

логическим и физиологическим тестам; проверяют физическую выносливость, быстроту реакции, точность глазомера, память.

Во-вторых, каждый работник умест делать то же, что и все остальные. Для этого в течение первых 10—12 лет его проводят по всем рабочим местам, а в дальнейшем осуществляется постоянная ротация внутри бригады. Иногда даже в течение смены рабочий трудится на 2—3 местах. В итоге члены бригады приобретают одинаковую квалификацию, хорошо понимают работу друг друга и несут коллективную ответственность за результат. Условием такого равенства является, конечно, примерно одинаковый уровень разрядов. В этом состоит отличие от западной и нашей системы, в соответствии с которой в бригаде трудятся несколько асов с высшими разрядами и масса работников со средними и низкими разрядами.

В-третьих, оценка и стимулирование труда — исключительно коллективные, единые для всей бригады.

В-четвертых, уделяется большое внимание сплочению коллектива бригады вне производства. Культивируется совместное проведение свободного времени членами бригады и их семьями. После работы рабочие могут зайти в бар при предприятии, обсудить там какие-то проблемы или отметить совместное торжество. Не исключено, что цены в этом баре снижены, а иногда вообще выпивка бесплатна. Организуются совместные турпоходы, пикники с семьями, походы в театры, музеи. Причем нередко фирма берет на себя полную или частичную оплату этих мероприятий. Практикуется празднование знаменательных событий — дней рождения, свадеб, национальных праздников. Межличностные контакты при этом становятся гораздо более прочными, разносторонними. Члены бригады сближаются теснее, чем родственники, потому что в общении друг с другом проходит вся жизнь. В итоге бригада в целом может сделать гораздо больше, чем члены бригады, взятые по отдельности. Американцы по этому поводу говорят: если взять 10 американцев и 10 японцев, то каждый из американцев на голову выше любого японца, и тем не менее 10 японцев, вместе взятые, на голову выше, чем 10 американцев. В этой шутке схвачен главный эффект группового подхода. Выработанная способность к сотрудничеству многократно увеличивает отдачу от вклада каждого.

Мы так подробно остановились на японском варианте синергического подхода потому, что без создания общности интересов у работников компании невозможна демократизация управления. Предоставляя право участия в решении серьезных вопросов, надо быть уверенным, что это право не будет использовано в сиюминутных, личных интересах большинства в ущерб перспективным общим интересам этого же большинства. Только постоянно убеж-

даясь, что общие интересы компании определяют их личную судьбу, работники, получившие возможность участвовать в управлении, будут разумно этим правом пользоваться.

Созданию «корпоративного духа» или: «чувства команды» кроме описанных методов способствует и демократичность отношений между работниками разных уровней управления. Японские менеджеры не стремятся подчеркивать свой статус размерами кабинета, количеством секретарей, возможностями пользоваться специальными столовыми, стоянками для автомобилей, одеждой. Если в США или Европе все эти атрибуты специально служат для того, чтобы подчеркнуть положение человека в служебной иерархии, то в Японии считается нормальным, что начальник сидит в одной большой комнате со своими подчиненными, носит такую же одежду, питается в общей для всех сотрудников столовой, не позволяет себе неуважительно разговаривать с подчиненными. Нельзя сказать, что это чисто японское изобретение. Такой стиль поведения уже много лет внедряется в практику на «ИБМ» и тоже приносит свои плоды. Но если на Западе — это исключение, то в Японии — правило. Когда японцы стали на купленных ими в США предприятиях вводить свои методы управления, то первое, что с похвалой отметили американские рабочие, была демократичность в отношениях.

На первый взгляд, это может показаться чисто декоративным приемом. Какая разница, мол, как одет и где сидит начальник, если его указания все равно обязательны к исполнению. Однако люди вправе полагать, что если их призывают ощущать себя единым коллективом, то и вести все должны себя как равноправные члены команды.

Означает ли демократизация управления отказ от старых методов воздействия? Такие традиционные методы воздействия, как принуждение, вознаграждение, разумная вера, следование традиции, личный пример руководителя по-прежнему активно применяются. Но все большую роль играют убеждение и соучастие.

Автократическое руководство основывается на предпосылках, названных Дугласом Мак-Грегором теорией «Х», согласно которой:

1. Люди изначально не любят трудиться и при любой возможности избегают работы.

2. У людей нет честолюбия, и они стараются избавиться от ответственности, предпочитая, чтобы ими руководили.

3. Больше всего люди нуждаются в защищенности.

4. Чтобы заставить людей трудиться, необходимо использовать принуждение, контроль и угрозу наказания.

Демократическое руководство основано на предпосылках, названных Мак-Грегором теорией «Y».

1. Труд — процесс естественный.
2. Если условия благоприятные, люди не только примут на себя ответственность, они будут стремиться к ней.
3. Если люди приобщены к организационным силам, они будут использовать самоуправление и самоконтроль.
4. Приобщение является функцией вознаграждения, связанного с достижением цели.
5. Способность к творчеству встречается часто, а интеллектуальный потенциал среднего человека используется незначительно.

Почему же раньше руководители в основном ориентировались на теорию «Х», а теперь на теорию «Y»? Что изменилось — люди или представление о них руководителей?

Прежде всего, изменились условия и характер труда. Тяжелый физический труд не мог не вызывать у работников стремления от него уклониться, и создавалось впечатление, что человек от природы ленив, не любит трудиться. Сегодняшние условия и характер труда позволяют относиться к нему без отвращения, а нередко и с интересом, как к естественному занятию.

Чем больше заботятся на производстве об условиях труда, тем больше оснований опираться на теорию «Y». Использование новой техники потребовало привлечения культурных работников, которые обладают творческими способностями, т. е. больше соответствуют теории «Y». Следовательно, переориентация на демократический стиль подготовлена новым отношением людей к труду, а оно является следствием новых условий труда.

А теперь рассмотрим, в чем выражается демократизация управления. Начнем с участия рабочих в решении чисто технических вопросов. Сейчас принято отступать от жесткой регламентации в технологических инструкциях, больше полагаться на квалификацию рабочих. Это позволяет значительно ускорить освоение новой продукции и внедрение новых технологий и отказаться от бессмысленной работы, которая хорошо знакома всем инженерам-технологам, расписывающим массу ненужных подробностей, которые все равно никто пунктуально не соблюдает. При возникновении каких-либо технических проблем теперь не торопятся приглашать специалистов функциональных служб, предоставляя возможность рабочим самим находить решения.

Наконец, при создании новых видов продукции и технологии активно привлекают работников к поиску решений. Широко известен блестящий результат участия рабочих в создании новой модели фордовского автомобиля «Таурус». Чертеж каждой детали считается законченным только после обсуждения с рабочими сборочных и механообрабатывающих участков, чертеж заготовки — после обсуждения с литейщиками, кузнецами и т. д. Все разработчики признают, что благодаря этому обсуждению машина

стала гораздо более технологичной, надежной, поскольку было внесено множество полезных изменений. Рабочие при этом ощущали себя соавторами, а не безропотными исполнителями.

Значительно расширено участие рядовых работников в оперативно-календарном планировании. Внедрение известной системы «Кан-Бан» в автомобильных компаниях Японии, а теперь уже и других стран, позволило передать эту функцию полностью в руки рабочих. Они сами определяют, сколько и каких узлов, деталей необходимо для выполнения заказов. Не везде возможен полный переход к самоуправлению в вопросах оперативно-календарного планирования, но эта тенденция обнаруживается во всех обновляющихся компаниях. Приводятся примеры, когда на 700 работников приходится 4—5 линейных менеджеров. Это возможно только при передаче функций оперативного управления рабочим.

Ранее уже отмечалось участие рабочих в стратегическом планировании. Они, естественно, не голосуют по этим вопросам. Но их мнение, благодаря применению известных процедур, доводится до тех, кто принимает решения. Рабочие знают, что их мнение услышано и с ним считаются. Кроме того, во многих современных фирмах практикуется представительство рабочих в совете директоров. Это уже форма непосредственного участия рабочих в стратегическом управлении. В некоторых японских и американских компаниях рабочим предоставляется право выбора бригадиров и представителей в комитет при линейном руководителе, которому подчинены их бригады.

Рассмотрим, в чем проявляется демократизация управления применительно к руководителям среднего звена.

Во-первых, им предоставлена полная свобода в использовании подчиненного им коллектива. В западных компаниях (и у нас тоже) руководитель связан должностными инструкциями, квалификационными характеристиками, в которых расписано, что должен делать каждый из его подчиненных. Руководитель практически лишен возможности маневрировать теми трудовыми ресурсами, которые находятся в его распоряжении. Он не может в случае аварии поручить слесарю-электрику устранить неполадки в механизме. Или начальник проектного отдела не может подключить конструкторов-сантехников к разработке строительных чертежей, даже если их квалификация позволяет это сделать. В Японии и в компаниях, перенимающих ее опыт, руководитель среднего звена исходит из своего понимания ситуации.

Во-вторых, сфера деятельности вверенного руководителю подразделения не является четко ограниченной. Это не значит, что никому вообще не известно, для чего существует то или иное подразделение. Конечно, его функции определены, но не настолько жестко, чтобы это мешало иногда выходить в смежную область

или, наоборот, допускать чье-то вторжение в свои дела. Предполагается, что каждый руководитель, исходя из своего понимания задач, может расширять или сужать сферу действия подразделения. И это не вызовет недоумения у его подчиненных, коллег и начальства, поскольку все видят, что это делается в интересах компании.

Это один из очень важных элементов снижения бюрократичности управления. И опять-таки мы видим, что не изменение формы собственности позволяет это сделать, а методы управления.

В-третьих, японские руководители среднего звена активно участвуют в принятии текущих решений их начальниками. Те, кому впервые приходится иметь дело с японскими компаниями, возмущаются процедурами принятия решений. Там недостаточно встретиться с президентом и договориться с ним, чтобы считать вопрос решенным. Пока все, кому придется в будущем исполнять решение, не выразят своего отношения к нему, оно не будет принято. И если большинство не одобряет предложение, то решение будет отрицательным. Причем никакого давления на участников согласования не оказывается. Конечно, принимать решения при такой процедуре очень нелегко. Но зато эти же партнеры японских компаний, возмущавшиеся волокитой с принятием решений, восхищаются темпами их исполнения. Все делается быстро, потому что руководители среднего звена, участвовавшие в выработке решения, теперь воспринимают его как свое собственное, а не навязанное сверху, и подготовлены к его исполнению. Все исследователи, изучавшие японские методы управления, отмечают высокий статус руководителя среднего звена. Это люди с высокоразвитым чувством собственного достоинства, имеющие возможность высказывать свое мнение и отстаивать его даже вопреки мнению руководителей. В общем, это те, кто повседневно руководит деятельностью компании. При этом их заработок не очень существенно отличается от заработка подчиненных. Для Японии вообще характерно сравнительно небольшое повышение заработка с ростом общественного положения. Это тоже способствует созданию духа команды.

В заключение хотелось бы еще раз подчеркнуть, что демократизация управления — это не результат чьих-то гуманистических идей, а объективно существующая необходимость современного производства. Производство без нее не может развиваться, и оно же создало условия для ее расширения. Гуманистические идеи, касающиеся демократизации отношений на производстве, существовали давно, но пока она не стала потребностью, реализовать эти идеи было невозможно.

### 3.5. Управление персоналом

Новые методы управления не могут быть эффективными, если персонал компании не будет претерпевать изменений. Для того чтобы целенаправленно воздействовать на персонал, необходимо выяснить, какими свойствами должны обладать работники обновляющихся компаний, чего требует от человека современный этап научно-технического прогресса. Прежде всего, современное производство предполагает формирование у работников чувства коллективизма. На заре капитализма, когда производство было изолированным, очень ценным качеством была способность принимать решения самостоятельно, на свой страх и риск, иногда с долей авантюризма. Идеология индивидуализма соответствовала требованиям периода, когда работник, освобождаясь от феодальной зависимости и необходимости подчиняться господину и в какой-то мере возлагать на него ответственность за свое будущее, становился юридически свободным. В противовес прежней зависимости от вышестоящих, человек должен был осознать, что он зависит только от себя, оставив на втором плане взаимозависимость между равными по положению. Игравшая поначалу положительную роль в раскрепощении работников, идеология индивидуализма постепенно превращалась в тормоз при освоении новых видов техники, новой организации производства. Когда десятки тысяч людей работают над созданием одного изделия, они настолько взаимозависимы, что только коллективистское мышление каждого может обеспечить успех. Мы уже писали о бригадной организации труда, успешно используемой японскими, а теперь уже и западными фирмами. Такая организация требует иного мироощущения работников. Стремление только к личному успеху, желание проявить свою индивидуальность, возвышаясь над окружающими, противопоказаны бригадной организации. В Японии у людей с детства воспитываются чувство коллективизма, понимание того, что успеха можно добиться только в группе, поскольку она обладает особыми качествами и возможностями.

Когда предпринимались первые попытки использования японских методов управления на Западе, считалось, что отсутствие коллективистских навыков, традиций будет непреодолимым препятствием. Но в дальнейшем, когда японские компании стали приобретать в этих странах предприятия и сами занялись внедрением этих методов, оказалось, что даже американские рабочие, считавшиеся наиболее индивидуалистически и прагматически настроенными, прекрасно работают в группах, стремятся добиваться совместного результата. Поэтому появляется все больше сторонников коллективистского воспитания, применения коллективных оценок и стимулов. При этом следует указать и на негативный



момент, заключающийся в нивелировании личности, если увлечение коллективизмом чрезмерно, т. е. рассматривается только групповой успех, а вклад индивидов вообще не оценивается. Правильнее было бы, чтобы администрация оценивала и поощряла результаты группы, а группа в свою очередь имела возможность оценить вклад каждого из своих членов.

Не менее важным является вопрос о том, надо ли стремиться к узкой специализации работников или к их универсальности.

До недавнего времени считалась целесообразной узкая специализация, поскольку только она может обеспечить глубокие познания, приобретение необходимых навыков. Чем сложнее техника, тем большей должна быть дифференциация специалистов, если следовать этой концепции. Данная тенденция прослеживалась в организации труда рабочих, их профессиональной подготовке и в подготовке инженерно-технических кадров. Это один из аспектов «машинного мышления», в соответствии с которым предприятие рассматривается как машина, состоящая из деталей, имеющих раз и навсегда определенные функции и связи.

Люди, исполняющие функции деталей в такой машине, должны в совершенстве знать свои четко ограниченные обязанности, а знание смежных функций им не требуется. Такой подход, как мы отмечали ранее, устарел. Сегодня пришло понимание, что при использовании сложной техники и технологии требуется работник, который перестает быть придатком к какому-то определенному механизму или агрегату, а способен охватывать весь процесс (или какую-то часть его) в целом. Он должен видеть смысл своей работы не в безукоризненном исполнении какой-то операции, а в получении конечного результата. Этим результатом может быть готовое изделие или узел к нему, выполнение каких-то услуг. Такое более широкое понимание требует организации труда и подготовки специалистов. Вот почему в настоящее время возоблада ориентация на специалистов широкого профиля. Специалисты широкого профиля необходимы современному производству еще и потому, что они легче адаптируются к постоянно происходящим изменениям.

Большинство познаний и навыков узких специалистов становятся ненужными, если кардинально меняется техника или технология, в области которой они специализировались. Осваивать новое для них равносильно полной переквалификации. Специалисту широкого профиля, большая часть знаний которого относится к области фундаментальных для данной отрасли понятий и закономерностей, осваивать новое легче. Универсальные специалисты легче приспосабливаются и к перемене труда, связанной с переходом с одной работы на другую. Они более мобильны, наконец, их универсальность является необходимой предпосылкой бригадной

организации труда, ибо без ротации членов бригады внутри нее невозможно обеспечить взаимопонимание между ними. Не имея представления о работе коллег по бригаде, работник не может находиться в зависимости от них, т. е. зависеть от коллективного результата.

Новым является также требование необходимости опережения квалификации по отношению к сложности техники. Раньше сначала появлялась новая техника, а затем подготавливались работники, способные ее эксплуатировать. В те времена, когда обновление техники происходило сравнительно редко, такое постепенное подтягивание уровня квалификации к уровню техники было приемлемым, хотя и тогда неподготовленность работников задерживала освоение новшеств, но воспринималось это как допустимая потеря.

Научно-техническая революция привела к такому ускорению сменяемости поколений продукции, которое требовало опережающего повышения квалификации. К примеру, работники предприятия, на котором предполагается роботизация, должны теоретически быть подготовлены к ней заранее и, по возможности, практически ознакомиться с аналогичной техникой на других предприятиях. Выигрыш от быстрого освоения новой техники многократно превышает все затраты на опережающее обучение, как бы велики они ни были. Постоянное обновление техники и технологии требует умения не только осваивать новшества, но и творчески доводить их до совершенства. Поэтому современный работник должен обладать творческими способностями. Один из «секретов» японского управления заключается в том, что творчество работников стало массовым. Их этому обучают в кружках качества. Раньше предполагалось, что способность к рационализации, изобретательству дана немногим. Массовая японская практика показала, что большинство людей способны к творчеству, если им известен алгоритм решения проблем (диаграмма Исикавы), статистические методы, в том числе корреляционный и дисперсный анализ, методика планируемого эксперимента и т. п. Имея возможность постоянно наблюдать процесс во время своей работы и будучи обученными обрабатывать эти наблюдения, анализировать их, рабочие превращаются в исследователей и доводят процесс до совершенства. Сейчас обучение работников приемам творчества производится во многих западных компаниях, заимствующих японский опыт. Естественно, на рабочих местах, как правило, не совершаются открытия, кардинально преобразующие процессы. Но множество небольших улучшений делают эти процессы настолько стабильными, что уровень дефектности нередко снижается на несколько порядков.

Постоянное обучение наделяет работников еще одним очень ценным свойством — готовностью к восприятию новых знаний и навыков. Обычно люди, пройдя 10—15-летнее обучение в школе и

специальном учебном заведении, с возрастом утрачивают способность к восприятию нового. Раньше это снижение восприимчивости к новому связывали только с биологическими возрастными изменениями. Опыт компаний, занимающихся непрерывным обучением, показал, что и через 20—30 лет после начала трудовой деятельности человек может обладать восприимчивостью к новому, если в течении этих лет он постоянно учился.

Следует отметить, что на современном производстве требуются работники, обладающие не только универсальными профессиональными познаниями, но и достаточно высоким культурным уровнем. Раньше этому вообще не уделялось никакого внимания, особенно в США. Считалось, что культурный уровень работников не связан с эффективностью их труда. Но с тех пор, как компанию стали рассматривать не как машину, но как организацию, состоящую из людей, интересы которых определяют деятельность компании, оказалось важным, в чем заключаются эти интересы. Если концепция социально-этического маркетинга требует ориентации компании на долгосрочные интересы потребителей и общенародные цели, то и люди, работающие в компании, должны обладать достаточным культурным уровнем, чтобы быть готовыми к пониманию проблем такого уровня.

Высокий культурный уровень является также предпосылкой применения новых методов мотивации. Если раньше главным способом мотивации было экономическое принуждение, то при более развитом производстве, когда используются преимущественно умственные способности работников, гораздо важнее их стремление к самоуважению, саморазвитию, достижению успеха в том деле, которым они занимаются. Высокого качества труда можно ожидать только при условии, если работник рассматривает труд не только как источник получения материальных благ, но и как способ самоосуществления, о чем говорил еще К. Маркс [59, с. 386]. Это становится особенно важным потому, что посредством внешней оценки, без которой невозможно ни материальное, ни моральное стимулирование, в большинстве случаев не удастся определить степень стремления работника умственного труда получить тот или иной результат.

Внутреннее убеждение в необходимости достижения наилучшего результата в условиях современного производства является наиболее надежным побудителем. Обеспечить такую внутреннюю убежденность работников гораздо сложнее, чем организовать материальное стимулирование, но именно это считается сегодня важнейшей задачей руководителей. «Настойчивость, энергия, находчивость человека, которому кажется, что он действует добровольно, неизмеримо выше, чем у того, который действует по принуждению», — таково кредо японских менеджеров.

Рассмотрев набор качеств, которыми должен обладать работник, чтобы соответствовать требованиям современного производства, перейдем к методам, используемым компаниями для привлечения именно таких работников. Мы уже раньше говорили о системе пожизненного найма, обеспечивающей стабильность кадров, фирменных дополнительных льготах, бригадной организации производства, способствующих появлению у работников чувства коллективизма и требующих универсальной квалификации. Сейчас мы остановимся на некоторых ранее не освещавшихся в этой работе методах.

Во-первых, это идеологическая работа. У нас в последнее время так много говорят о необходимости деидеологизации, что создается впечатление, будто возможно существование общества, коллектива, лишенных вообще какой-либо идеологии. Это, конечно, нелепость. Видимо, следовало бы говорить о недопустимости насильственного навязывания людям какой-то одной-единственной идеологии.

Первостепенная важность идеологической работы не вызывает сомнений у современных менеджеров. Более того, ответственность за эту работу несут первые руководители компании, предприятия.

Если раньше главной задачей первых руководителей считалось умение совершенствовать систему управления, то сегодня на первый план выдвигается формирование идеологии компании (иногда ее называют политикой компании, философией компании) и, что еще важнее, превращение этой идеологии в убеждения всех работников.

Особенно необходимо идеологическое управление, когда качество продукции становится первоочередной задачей фирмы. Почему?

Во-первых, материальное и моральное стимулирование предполагает оценку результатов деятельности. Оценка должна производиться кем-то посторонним по отношению к работнику. Но всегда ли это возможно, когда речь идет о качестве продукции? Далеко не всегда, потому что многие свойства продукции невозможно оценить в результате внешнего осмотра и они могут проявиться только через несколько лет эксплуатации.

Известный в нашей стране лозунг: «Совесть — лучший контролер» очень глубок по своей сути. Только, к сожалению, мы мало сделали, чтобы реализовать эту идею. Если удастся так воспитать человека, что он независимо от чьей-то оценки и последующего стимулирования хочет и умеет хорошо работать, то можно быть уверенным в высоком качестве продукции.

Во-вторых, постоянные изменения проекта продукции, технологии ее производства и технических средств не позволяют с такой же скоростью изменять детальные стандарты, технологические и организационные инструкции. Сегодня невозможно дать работнику

набор готовых решений, чтобы ему оставалось только добросовестно их исполнять. Приходится значительно расширять пределы самостоятельности работника любого уровня. В этих условиях выбор наиболее рационального решения во многом зависит от его внутреннего стремления к созданию безупречной по качеству продукции.

Выработка идей, понятных работникам предприятия, и умение сделать эти идеи собственными убеждениями работников становятся не менее важной задачей руководителя, чем управление системой. Сам человек попадает в разряд целей управления. Система при этом должна создавать условия, благоприятствующие его стремлению к производству высококачественной продукции.

«Японские корпорации больше склонны полагаться на людей, нежели на систему. Американские корпорации, наоборот, больше полагаются на систему», — пишет по этому поводу Тоехиро Коно [60, с. 279].

Один из создателей японской системы управления Комоскэ Мацусита разработал на своей фирме «Мацусита дэнки» фирменный кодекс поведения. Вновь нанятые работники посещают занятия, где им внушают: «Если ты совершил случайную ошибку, фирма простит тебя. Если же ты отступил от морального кодекса фирмы, тебе нет прощения». Приведем этот кодекс.

«Наши принципы. Осознание своей ответственности в деле прогресса и приумножения благосостояния нашего общества. Посвящение себя дальнейшему развитию мировой цивилизации.

Наше кредо. Прогресс цивилизации — это не абстракция. Все мы совместными усилиями вносим в него свою лепту. Каждый из нас должен постоянно помнить это. Всемирная преданность фирме — ключ к успеху.

Наши духовные ценности.

1. Служение нации путем совершенствования производства.
2. Честность.
3. Гармония и сотрудничество.
4. Борьба за качество.
5. Достоинство и подчинение.
6. Идентификация с фирмой.
7. Благодарность фирме».

В книге «Управление персоналом в Японии» [61] приводится свидетельство инженера-иностранца, проходившего стажировку как раз на одном из заводов фирмы «Мацусита дэнки»: «Каждое утро перед началом рабочего дня мы выстраивались и громко все вместе проговаривали моральный кодекс. Мацусита делал акцент на семи духовных ценностях. Сначала нам показалось это очень смешным, но постепенно мы осознали, насколько эта философия воздействует на умы и сердца работающих. Мы почувствовали это на себе».

Конечно, убеждение не сводилось к простому проговариванию кодекса. В первую очередь на многочисленных примерах доказывалась правота сконцентрированных в нем мыслей. Ежедневное повторение — это только способ оживить весь комплекс мыслей, убеждений, ощущений, появившихся у работника после бесед, лекций, чтения книг, просмотра телефильмов, направленных на формирование соответствующего мировоззрения. Такой человек без команд, без принуждения сам принимает и реализует решения, направленные на достижение цели.

Идеолог японского менеджмента Исигава пишет: «Я сторонник управления, основанного на вере в людей и в их хорошие качества. Если руководитель не доверяет своим подчиненным и осуществляет строгий контроль и частые проверки, он не может быть хорошим руководителем» [20, с. 150]. Задача руководства фирмы, по его мнению, заключается в определении целей и задач и умении убедить в их правильности всех сотрудников. Поиск решений, позволяющих добиться выполнения целей, — прерогатива работников соответствующего уровня. Кто выполняет работу, тот и должен искать решения.

Генеральный директор автомобильной фирмы Хидэта Окадзима так инструктировал подчиненных ему руководителей: «Доверяйте своим рабочим, побуждайте их к самообразованию и обучайте их; постоянно держите рабочих в курсе дел производства и повседневных забот фирмы. Будьте уверены, рабочие не останутся в долгу, они щедро вознаградят вас» [62]. Аналогичные мысли высказывают руководители крупнейших американских и европейских компаний, отмечая важность не только создания обстановки, побуждающей работника действовать в интересах фирмы, но и его внутренней настроенности на такие действия. Формированию такой настроенности служат фирменные кодексы, принципы корпоративной морали, фирменные гимны и, самое главное, постоянная учеба.

Наибольшего эффекта в организации обучения добились японские компании, многие из которых затрачивали на него до 20% рабочего времени своих служащих. Так, в компании «Ниссан» рабочие в первые десять лет своей работы учатся в общей сложности около 500 рабочих дней. Американские и европейские компании, тоже хорошо понимающие все выгоды вложения средств в обучение персонала, не могут позволить себе этого в таких масштабах, как японцы, поскольку текучесть кадров у них около 20%, в то время как у японцев 1—1,5%.

Производственное обучение в Японии рассматривается как общенациональная задача. Разрабатываются типовые программы, учебные пособия. Есть специальная телевизионная программа, издается общепонский журнал. Всю эту деятельность на общественных началах организует Японский союз ученых и инженеров.



Учат всех систематически, начиная с первых руководителей и кончая рядовыми работниками. Для каждого уровня управления существуют свои программы, которые каждая компания адаптирует к своим условиям. Особенность японского обучения заключается, по мнению Исикавы, в следующем: «На Западе, похоже, акцентируют внимание на производственном аспекте обучения, чтобы развить у рабочих определенные навыки, которые могут быть использованы той или иной фирмой. По моему мнению, мы должны сделать из рабочих широкообразованных людей. Мы должны научить их думать, а затем направить их мышление в нужное русло» [20, с. 56].

Известно, что лучшим способом закрепления полученных знаний является применение их на практике. Такую возможность дает японским рабочим их участие в кружках качества.

Появление кружков качества в Японии датируется 1962 г. и связано с публикацией статьи профессора Токийского университета К. Исикавы во вновь созданном журнале «Управление качеством для мастеров и бригадиров». В этой статье рекомендовалось создавать добровольные группы из рабочих, занятых, как правило, на одном производственном участке, для совместного изучения и практического применения методов управления качеством. По мысли Исикавы, рабочие должны иметь возможность не только слушать лекции, но и обсуждать новый материал между собой. Это способствует более глубокому пониманию. Чтобы обсуждение было предметным, лучше всего использовать примеры из своей конкретной производственной практики, применяя вновь полученные знания к решению проблем на тех производственных участках, где трудится данная группа рабочих. Сама эта идея высказывалась раньше американскими специалистами по управлению качеством Джураном и Демингом, но не получила в то время поддержки. В японских же условиях идея реализовалась чрезвычайно плодотворно.

По оценке Исикавы, сейчас в Японии членами кружков качества являются около 15 млн человек. Дополнительная прибыль, получаемая компаниями в результате деятельности кружков качества, достигает 30 млрд дол. в год. По данным американской фирмы «Локхид», каждый кружок качества принес ей за три года работы по 100 тыс. дол. дохода, а затраты на них составили около 20% от этой суммы.

Рассмотрим теперь, в чем же заключается суть деятельности кружков качества. Обычно численность членов кружка не превышает 5—8 человек. Они собираются, как правило, два раза в месяц. Продолжительность собрания — 1 час. Рекомендуются, чтобы все они были из одной производственной бригады. В этом случае каждый из членов кружка одинаково хорошо знает техно-



логию и организацию производства и имеет возможность проверять прямо на производстве возникшие предположения.

Чем же они занимаются на этих собраниях?

Во-первых, учебой. До 40—50% времени посвящается изучению новых методов анализа, новых технологий, устройства и правил эксплуатации нового оборудования.

Во-вторых, анализом ситуации на производстве. Какие дефекты являются причиной наибольших потерь или какие технологические операции сопровождаются наибольшим количеством дефектов? Этот анализ позволяет им самостоятельно, без чьих-то указаний определить объект исследования на ближайший период. На этом этапе чаще всего применяется метод Парето.

В-третьих, выяснением причин появления данных дефектов или причин бракоспособности тех или иных операций. Здесь применяется чаще всего причинно-следственная диаграмма, получившая название «рыбий скелет», или «диаграмма Исикавы».

В-четвертых, разработкой способов предотвращения появления дефектов или каких-то иных потерь.

Но самая трудоемкая часть работы выполняется не на совещаниях, а непосредственно во время работы и дома. Допустим, на совещании выдвинуто несколько гипотез о причинах появления дефектов. Две из них признаны членами кружка наиболее вероятными. Здесь же на совещании разрабатывается программа проверки этих гипотез. Вот тут-то и применяются статистические методы. Разрабатывается методика планируемого эксперимента, используются дисперсионный, регрессионный, корреляционный анализы. Наблюдения проводятся во время работы. Обработка результатов может производиться дома. А потом уже результаты наблюдений и предварительно сделанные по ним выводы обсуждаются на следующем совещании. Как видим, главная работа выполняется не на заседаниях кружка. Совещание — это способ генерации идей, коллективного обсуждения результатов. После того как гипотезы проверены и причины найдены, приступают к выдвижению предложений о способах их устранения. И снова наблюдения, обсуждения. Результатом может быть изменение технологии, организации производства или конструкции оборудования. Могут вноситься изменения в проект самой продукции.

Приведем примерный перечень вопросов, решаемых в настоящее время членами кружков качества.

1. Обеспечение производства качественной продукции и повышение ее качества путем:

- уменьшения брака в процессе производства;
- уменьшения разброса качественных характеристик;
- уменьшения приемочного уровня дефектности;
- уменьшения количества рекламаций по качеству;

— сокращения перебоев и неполадок из-за небрежности исполнителей;

- повышения стабильности технологических процессов;
- внедрения статистических методов управления качеством.

2. Снижение себестоимости продукции путем:

- сокращения штатов;
- сокращения количества производственных операций;
- сокращения издержек производства;
- повышения коэффициента использования оборудования;
- устранения организационных помех в работе;

3. Повышение производительности труда путем:

- внедрения и совершенствования методов и средств контроля, в том числе статистического;
- соблюдения и улучшения стандартов предприятия;
- повышения уровня знаний и сознательной дисциплины;
- активизации работы по рационализации;
- улучшения контроля за техникой безопасности и чистотой;
- повышения трудовой дисциплины, соблюдения правил внутреннего распорядка.

Как видим, спектр вопросов оказался значительно шире первоначального замысла, но приоритет, конечно, остается за качеством. Интересно также то, что рожденная на промышленных предприятиях идея кружков качества сейчас применяется в сферах обслуживания, здравоохранения, в научно-исследовательских институтах и т. д. — вообще во всех областях деятельности. Возникает вопрос — что дает рабочим участие в кружках качества?

Отвечая на этот вопрос при анонимном анкетировании, большинство назвало следующие причины:

- стало интереснее работать;
- появляется возможность самовыражения;
- улучшается микроклимат в коллективе.

По мере роста материального благополучия и улучшения условий труда интерес к работе становится одним из определяющих факторов при выборе места работы. Сами по себе механизация и даже автоматизация производства не способствуют повышению привлекательности труда. Наоборот, те, кто знаком с автоматизированным производством, знают о так называемом «синдроме скуки». Будучи вынужденным не вмешиваться в процесс и в то же время зная о необходимости неотрывного наблюдения за его ходом, работник переносит гораздо более тяжелые, чем при обычном механизированном производстве, нервные нагрузки. А проводя наблюдения и анализируя их результаты, члены кружка качества получают дополнительную возможность занять себя интересным делом. В этом случае дополнительная работа не только не утомляет, но наоборот, позволяет избежать нервных перегрузок.

На обычных, не автоматизированных, производствах возможность проведения наблюдений, исследований создает разнообразие, снимает раздражение, вызываемое рутинностью повторяющихся операций. Итак, дополнительный интерес к работе является одной из важнейших причин, побуждающих рабочих участвовать в кружках качества. Возможность самовыражения важна для любого человека. В Японии же, где общественное положение зачастую важнее благосостояния, этот фактор играет особую роль. В дальнейшем мы рассмотрим, как организованы оценка результатов деятельности кружков качества и стимулирование достижений.

Улучшение микроклимата — естественное следствие участия рабочих в общем деле. Давно известно, что общая цель объединяет людей, отодвигает на второй план какие-то неизбежные в любом коллективе противоречия. Характерно, что материальное благополучие не называется среди важнейших причин, а зачастую вообще не фигурирует, когда речь идет о побудительных мотивах участия работников в кружках качества. Это и понятно, поскольку прямого материального стимулирования за участие в кружках качества нет, хотя опосредованно, через профессиональный и служебный рост, оно существует. Руководители компаний, отвечая, в свою очередь, на вопрос о том, чем полезны кружки качества, отмечали, что в результате их деятельности происходит:

- обеспечение заинтересованного обучения вопросам качества;
- передача в руки низшего состава обеспечения качества;
- усиление сплоченности в бригадах;
- уменьшение сопротивления с администрацией;
- рост прибыли.

Следует обратить внимание на тезис о передаче обеспечения качества в руки низшего персонала. Согласно теории управления качеством доля исполнителей в потерях от ненадлежащего качества сравнительно невелика. В Японии она оценивается на уровне 10%, максимум 15%. Поэтому может показаться странным стремление руководства компаний к тому, чтобы качество обеспечивалось теми, от кого оно, казалось бы, мало зависит. На самом деле это не так. Рабочие, становясь членами кружков качества, перестают быть просто исполнителями. Они нередко вносят предложения, влияющие и на технологию, и на сам проект изделия. Совершенствуя процесс, становясь его соавторами, они уже совершенно по-другому относятся к соблюдению технологии. Ведь несоблюдение новой или усовершенствованной технологии может дискредитировать их собственную идею. А этого не хочется любому автору.

Очень важным для руководителей компаний является также и уменьшение конфронтации между рабочими и администрацией. Объективно неизбежное противоречие между собственниками средств производства и наемными рабочими, между управляющими

и управляемыми в какой-то мере теряет остроту, когда обе стороны втягиваются в решение общей задачи. Не случайно английские профсоюзы на первых порах противились внедрению кружков качества. Они понимали, что, включаясь в решение производственных проблем, становясь иногда соавторами организационных решений по снижению издержек, росту производительности труда, рабочие утрачивают обычную непреклонность в требованиях. А японские менеджеры, прекрасно понимая полезность сотрудничества, перестали скрывать от своих работников сведения о рентабельности производства — то, что раньше было святой святых любой компании. Тем самым усилия каждой из ранее противоборствовавших сторон направляются не столько на то, чтобы присвоить большую долю прибыли, сколько на то, чтобы совместно увеличить сам размер прибыли. Конечно, полностью противоречия таким путем снять невозможно, но смягчаются они существенно.

Перейдем теперь к принципам, сформулированным Исикавой, на которых строится деятельность кружков качества.

*Добровольность.* Должно быть исключено любое принуждение сверху. Не каждый человек способен к творчеству в той сфере, в которой он трудится, поэтому, заставив таких людей вступить в кружок, не только не получишь пользы от них, но еще и снизишь творческую активность остальных. Роль администрации заключается в том, чтобы обеспечить условия для успешной деятельности кружков. Создавать условия — это значит выделять специалистов по обучению, кураторов для реализации предложений членов кружка. Успешная деятельность кружка, улучшение работы бригады, в которой он существует, уважение, которым пользуются члены кружка, — вот лучшая агитация за вступление в него для тех, кто чувствует в себе способности. Первые попытки внедрения кружков качества на Западе и у нас проваливались из-за стремления получить результат мгновенно, в том числе охватить сразу же все участки кружками качества.

*Саморазвитие.* Смысл этого положения заключается в том, что не следует командовать творчеством членов кружка качества. Не надо называть им тему работы, подсказывать возможные варианты решений. Не случайно Исикава настоятельно рекомендует, чтобы руководитель кружка был из рабочих. Только при этом условии в кружке создается подлинно демократическая обстановка. Рабочие не стесняются высказывать свои мысли. Присутствие же инженера могло бы их сковывать, заставляя более тщательно формулировать и аргументировать свои высказывания. А это вредно, когда зарождаются идеи. Не найдя нужных аргументов, рабочий может отказаться от ценного предложения.

Имея возможность совершенно раскованно мыслить и убедившись, что какие-то идеи получают одобрение товарищей и в

дальнейшем реализуются, человек получает огромный импульс к самообразованию. Обучение приобретает совершенно иной смысл. Оно превращается в средство, помогающее и в будущем оказаться на высоте. После нескольких таких побед рутинная работа без творчества становится рабочему уже в тягость. И наоборот, жизнь, в которой присутствуют элементы исследования в собственно рабочее время и есть пища для умственной деятельности на досуге, представляется осмысленной, увлекательной. Труд приобретает творческий характер. Такой рабочий постоянно готов к любым новшествам, так как его мозг непрерывно сталкивается с решением нестандартных проблем. Естественно, что члены кружка качества быстрее растут профессионально. Но этот рост является не формой поощрения, а естественным результатом лучшей подготовки этих рабочих к новой, требующей дополнительных знаний работе. Соблюдение принципа саморазвития не означает, что администрация не руководит деятельностью кружков качества. Руководит обязательно. К каждому прикрепляется куратор. Но его роль заключается не в командовании, а в создании условий, при которых кружки движутся в благоприятном направлении.

*Участие всех служащих фирмы в обеспечении работы кружков.*

Создание благоприятных условий для работы кружков вменяется в обязанность всем служащим фирмы, а не только кураторам. Кураторы должны координировать деятельность кружков, следить за рассмотрением предложенных ими мероприятий, вносить соответствующие изменения в фирменные планы. Но они, конечно же, не в состоянии обеспечить выполнение всей работы по реализации мероприятий. Например, если необходимо создать новое приспособление, то его требуется сконструировать, изготовить. Куратор может заказать конструкторам разработку проекта приспособления и указать желаемый срок его исполнения. Если конструкторское подразделение отложит эту работу, то появление нового приспособления затянется. Вот здесь и срабатывает обязательное правило — рассматривать любую работу, связанную с деятельностью кружков качества, как первоочередную. Без такой поддержки деятельность кружков качества моментально затухает, поскольку исчезает желание создавать что-то новое, если нет возможности увидеть это новое воплощенным в жизнь.

*Атмосфера новаторства и творческого поиска.*

Как правило, новое, обладая существенными преимуществами, имеет недостатки по форме. Если достоинства нового не очевидны на стадии рассмотрения, то недостатки формы легко обнаруживаются. Поэтому при нежелании рисковать любой специалист, рассматривающий предложение, всегда может найти веские аргументы против его реализации. Вот почему требуется создание

специальной атмосферы новаторства, когда за ошибки, допущенные в ходе поисков нового, судят гораздо мягче, чем за нежелание помогать появлению новшества. Работникам фирмы предписывается искать рациональное зерно в предложениях, а не отвергать их. Затяжка рассмотрения и реализации предложений расценивается как недопустимая ошибка. В результате в хорошо работающих кружках качества каждый их член вносит в среднем до 7—10 предложений в год. Тот, кто знаком с рационализаторской работой, хорошо представляет, о каких больших достижениях говорят эти цифры.

#### *Состязательность.*

Организация соревнования между кружками качества рассматривается как важнейшее условие эффективности их работы. Итоги подводятся по цехам, заводам, компаниям, регионам, т. е. определяется лучший кружок в цехе, на заводе и т. д.

Одновременно оцениваются лучшие цехи по организации работы кружков качества, лучшие предприятия, компании. Поощрением хорошо работающему кружку могут быть:

- публикации в центральных японских журналах, посвященные методам работы того или иного кружка, результатам конкретных исследований, полученному эффекту;

- приглашение всего состава кружка на фирменные или региональные симпозиумы, конференции, семинары, съезды;

- присуждение награды на конкурсах, которые также могут быть фирменными, региональными и общегосударственными.

Одним из важнейших критериев при оценке работы кружков является продолжительность их работы. Так, в правилах, разработанных всеяпонской конференцией по качеству, приз может присуждаться только тем кружкам, которые проработали непрерывно не менее трех лет и защитили за это время не менее чем по две темы на человека. Значит, если кружок включает 6 человек, то за три года он должен был защитить не менее 12 тем. Эта конференция утвердила большой приз и 14 золотых и серебряных медалей.

Организации пропаганды лучших кружков уделяется огромное внимание. Если качество называют «новой религией» японцев, то кружки качества — важнейшая ее основа.

Если учесть, какое значение имеет для японцев общественная оценка их деятельности, становится понятным, что перечисленные формы поощрения оказываются гораздо более эффективными, чем материальное стимулирование. Поощряются не только кружки, но и организаторы работы кружков. Предприятия, компании, добившиеся лучших результатов в этой работе, могут быть признаны лучшими в регионе, награждены медалью имени Деминга, получить премию министерства внешней торговли. Это не только

престижно, но и очень выгодно фирме, так как лучшей рекламы, чем победа в конкурсах качества, быть не может. Правда, такие победы накладывают и дополнительные обязательства. К фирме-победителю приковано пристальное внимание потребителей и конкурентов.

#### *Планирование работы кружков.*

Деятельность кружков обязательно планируется. Как правило, планы составляют на полугодие. Делают это сами члены кружка, а утверждает план цеховой совет кружков качества. Утверждение необходимо, чтобы скоординировать планы различных кружков. В итоге появляется цеховой план работы кружков, который в свою очередь рассматривается советом предприятия. Планы содержат наименования тем и ожидаемые результаты от решения намеченной задачи с экономическим обоснованием, к составлению которого могут привлекаться кураторы. Ежемесячно руководители кружков отчитываются на цеховом совете. На предприятии имеется совет руководителей кружков качества, который собирается ежемесячно. Каждый цех отчитывается на этом заводском совете примерно 2—3 раза в год. Раз в год собирается общефирменный съезд, подводящий итоги работы кружков за год. Кроме того, несколько раз в год на фирме проводятся конференции по обмену опытом, организуются конкурсы, семинары. Иногда эти семинары проводятся в курортных местах. Так что участие в них оказывается не только полезным, но и приятным. Практикуется приглашение участников семинара с семьями. Для семьи такая поездка в курортное место — вдвойне радостное событие, так как это не только привлекательный отдых, но и символ успеха, общественного признания. Вся деятельность по внедрению кружков качества на фирме, предприятии должна координироваться работником из высшего звена управления, персонально отвечающим за эту работу. В каждом цехе, соответственно, должны быть такие же специалисты, лично отвечающие за работу кружков качества.

Кроме того, как мы отмечали ранее, существует институт кураторов. Все авторы, изучавшие японский опыт создания кружков качества, отмечают, что как только ослабляются внимание и поддержка со стороны первых руководителей, кружки качества умирают сами по себе.

Очень важно также понимание руководством цели создания кружков качества. Она заключается не столько в немедленном улучшении состояния дел, сколько в изменении отношения работников к качеству. «Не следует рассчитывать на достижение быстрых результатов. Деятельность кружков качества обеспечивает подготовку мастеров и рабочих, а результаты этой работы непременно скажутся. Содействуйте деятельности кружков качества, проявляя при этом терпение и выдержку», — рекомендует Исикава.



Ожидание немедленной отдачи и неумение проявить выдержку были одной из причин провала первой попытки внедрения кружков качества в США и Англии в середине 70-х гг. Заинтересовавшись кружками качества, но не понимая в то время необходимости изучения всего комплекса японских методов управления качеством, руководители крупных американских фирм занялись насаждением на своих предприятиях этих кружков. В каждом цехе создавалось множество кружков, чтобы охватить ими как можно большее количество рабочих. Уже через полгода в печать начали поступать сведения об успехах, экономическом эффекте. Это было скорее отражением нетерпеливого ожидания немедленных результатов, чем действительным свидетельством успеха. Через год-полтора ажиотаж прошел, компания закончилась. И распространилось мнение, согласно которому кружки качества не годятся для европейской цивилизации. И только когда японцы стали приобретать предприятия в США, Европе и других частях света и внедрили там свои методы, в том числе кружки качества, выяснилось, что кружки вполне приживаются везде. Необходима только постепенность. Так, на заводе «Сиам моторс» кружки качества начали внедрять в 1980 г. В 1981 г. было проведено обучение, выработана общая концепция для руководителей и создано 2 кружка. В 1982 г. их было уже 32. В 1985 г. их число достигло 154. Такая постепенность позволила руководству завода уделить максимальное внимание первым двум кружкам и выработать свои собственные рецепты по обеспечению их жизнедеятельности. Затем эти рецепты были опробованы в 32 кружках и снова уточнены. Только после этого началось массовое внедрение. Зато сейчас кружки работают самостоятельно.

Теперь рассмотрим, чем отличаются новые методы стимулирования от традиционно применявшихся приемов экономического принуждения.

Во-первых, значительно шире используется моральное стимулирование. Доктрина «социального человека» возобладала над доктриной «человека экономического» в американской управленческой теории еще в 50-е гг. «Социальный человек» подвержен влиянию межличностных отношений в рабочей группе, его поведение окрашено эмоциональными мотивами, т. е. он реагирует не только на экономическое воздействие (материальные стимулы), но и в значительно большей степени на моральные. Однако несмотря на солидное теоретическое обоснование и достаточно убедительные практические результаты, полученные в ряде компаний, в целом к моральному стимулированию до недавнего времени относились как к вспомогательному приему. Богатейший советский опыт применения методов морального стимулирования изучался недостаточно, возможно, вследствие идеологического противостояния.

И опять-таки японцы, использовав американские, западноевропейские, советские теоретические и практические достижения в этой области, смогли придать моральному стимулированию роль первостепенного, определяющего мотива.

Впервые в широких масштабах внедренное в нашей стране моральное стимулирование стало сегодня главным средством поощрения в Японии. При этом японцы ушли от нас далеко вперед по разнообразию, действенности различных форм морального поощрения. На разработку этих форм не жалуют усилий социологи, психологи, специалисты по рекламе. Широко используются телевидение, печать, радиовещание. Один американский бизнесмен, подробно знакомившийся с управлением качеством в Японии, написал: «У меня сложилось впечатление, что главный способ поощрения в Японии — это похлопывание по плечу». А вот что пишет по этому поводу Исигава: «Индивидуум живет как общественное существо, как представитель группы, семьи, кружка, фирмы, города, народа и мира. Поэтому признание общества становится для личности вопросом первостепенной важности. Совместная работа с другими людьми, признание другими твоих заслуг приносят ощущение радости и счастья... Для человека необходимы чувство уверенности в себе, самостоятельная творческая деятельность на добровольных началах и вклад в развитие общества» [20, с. 49].

Очень широко используется соревнование на всех уровнях: между бригадами, между инженерными группами, между кружками качества, между цехами и предприятиями. Победители в соревновании становятся героями передач, о них пишут в печати, их фотографии вывешиваются для всеобщего обозрения (групповые, как правило). Они награждаются знаменами, выпелами, значками. Иногда поощрением является участие в конференциях, симпозиумах, которые нередко проводятся в курортных местах. Возможны выезды с семьями. Проводятся различные олимпиады, смотры. На все эти мероприятия не жалеют средств, чтобы они проходили в праздничной, запоминающейся атмосфере. Ежегодно в ноябре в Японии проводится месячник качества, в ходе которого оцениваются достижения бригад, цехов, предприятий, фирм. Сначала подводятся итоги по регионам, а потом в целом по стране. Победители награждаются различными призами, высшим из которых считается медаль Деминга — американского ученого, идеи которого были положены в основу японских методов управления качеством. Фирмы всеми силами стремятся завоевать эту медаль, которая, кроме повышения престижа, сулит расширение сбыта и, следовательно, рост прибыли.

Вместе с распространением японских методов управления на Западе изменилось отношение к моральному стимулированию.

Теперь уже его используют не только передовые компании, оно стало повсеместно признанным. Тем более нелепым представляется полное прекращение соревнований у нас на производстве и вообще полное игнорирование моральных стимулов. Тогда как во всех развитых странах начинают использовать то, что в нашей стране нарабатывалось десятилетиями, мы отказываемся от этого эффективнейшего метода мотивации. Опять-таки вместо того, чтобы преодолеть формализм, дилетантство в организации соревнования и других методов морального стимулирования, решили избавиться от них совсем.

Характерно, что многие наши руководители, довольно активно посещающие в последние годы американские и европейские предприятия, с изумлением рассказывают о том огромном внимании, которое уделяется там моральному стимулированию. Но, к сожалению, и после этого не торопятся восстановить у себя соревнования, опасаясь обвинений в приверженности к старому.

Материальное стимулирование тоже претерпело существенные изменения. Сдельная и сдельно-премиальная системы почти повсеместно уходят в прошлое, поскольку они противопоказаны производству, ориентирующемуся на бездефектное изготовление. Кроме того, значительно возрастает в зарплатке постоянная доля, зависящая от квалификации и стажа, а не от текущих показателей. Эта постоянная доля на многих предприятиях составляет 70—80%. Переменная часть зарплаты, как мы уже отмечали ранее, связывается не с индивидуальными, а с групповыми (бригадными) показателями. Широко практикуется участие в прибылях, когда по итогам года или полугодия работники получают дополнительные выплаты в зависимости от результатов хозяйственной деятельности компании, предприятия, цеха, участка, бригады. Тут могут быть разные варианты. Если «центром прибыли» является бригада, то рабочие получают часть этой прибыли. Если «центром прибыли» является цех, то, соответственно, их вознаграждение зависит от прибыли цеха. Выплаты могут быть связаны прямо с прибылью компании, а могут зависеть и от прибыли компании, и от прибыли бригады. При всей важности заинтересованности работника в текущих результатах, все-таки большее внимание уделяется его стремлению к профессиональному и служебному росту. Базовая часть зарплаты составляет 70—80% потому, что считается более целесообразным строить стимулирование не на краткосрочных оценках. Немедленное материальное вознаграждение за хорошие дела, широко пропагандировавшееся в американской управленческой литературе, оказывает только одноразовый эффект.

Сегодня более популярным становится японский подход, о котором Моритани пишет так: «Служащие, сумевшие сделать нечто незаурядное, могут не получить немедленно вознаграждения

за свой вклад, но их усилия по достоинству оцениваются начальством и уважаются коллегами. Эти служащие уверены, что в перспективе подобного рода достижения материализуются в более высокой заработной плате и продвижении по службе» [32]. Зато руководители не скупятся на немедленное моральное стимулирование. За любым самым скромным достижением могут последовать похвала, объявление благодарности и т. п.

В целом, оценивая значение материальных стимулов, Исикава пишет: «Потребность в деньгах и радость, связанная с их получением, отвечают минимальным условиям выживания, вечному стремлению человека к обогащению и материальному благополучию, например, желанию купить машину. Это основные и даже необходимые условия для жизни в обществе, но не достаточные. В некотором смысле это желания низшего порядка. Эти условия не могут принести человеку счастья и удовлетворения... Альтернативным условием является удовлетворение от хорошо выполненной работы. Это радость свершения, достижения цели» [20, с. 95]. Поскольку реализация идеи Исикавы в масштабе целой страны дала блестящие результаты, его мнение заслуживает пристального внимания.

---

## ГЛАВА 4. МЕЖФИРМЕННЫЕ ОТНОШЕНИЯ

В условиях рыночной экономики товаропроизводители вступают между собой в различные взаимоотношения: это борьба за покупателя между товаропроизводителями, способными удовлетворить его потребности, выбор поставщиков данным товаропроизводителем и организация взаимодействия с ним, систематические контакты с фирмами-потребителями с целью создания условий для максимально эффективного использования приобретенной ими продукции, продвижение товаров к потребителю с помощью посреднической сети и организация экспортных поставок. Вниманию читателя в этой главе предлагается рассмотрение основных характеристик межфирменных отношений.

### 4.1. Конкурентные характеристики рынка

Понятие конкуренции в экономике означает соперничество между хозяйственными субъектами за потребителя их продукции или услуг. Конкуренция предполагает наличие критериев, применяемых потребителем при выборе поставщика, несоответствие которым лишает последнего возможности продать произведенную продукцию или услугу. К таким критериям относятся уровень качества, цена, надежность и ритмичность выполнения заказов, уровень послепродажного обслуживания. Позже мы рассмотрим значимость каждого из этих критериев при оценке потребителем выгоды для него приобретения продукции у того или иного поставщика, а сейчас остановимся на тех условиях, без которых невозможен сам выбор.

Первое условие — превышение предложения над спросом. Сегодня в нашей стране много и справедливо говорят о диктате производителя, связывая этот диктат в основном с отсутствием частной собственности, монополизацией производства.

Но не это главное. Главное условие диктата производителя — это дефицит. Может быть сколь угодно много изготовителей, но если продукции не хватает, всегда найдется покупатель на более дорогое и некачественное изделие. Поэтому первым и абсолютно необходимым условием конкуренции является избавление от дефицита. Нормальное развитие общества построено на том, что всякий предшествующий передел должен иметь излишки или возможность быстрого их создания по отношению к последующим. Только тогда

машиностроители, например, могут диктовать металлургам, когда предложение металла превышает спрос.

Пока не устранен дефицит, т. е. не обеспечено превышение предложения над спросом, монополистом всегда будет изготовитель. Монополизмом в данном случае называется такой тип экономических отношений, когда хозяйственные субъекты имеют возможность навязывать собственные интересы своим контрагентам или обществу в целом, игнорируя подлинные интересы последних. Монополистом в широком смысле слова может быть и потребитель, если он в состоянии навязывать свои условия поставщикам. Но монополизм потребителя не так страшен, потому что со временем он самоликвидируется, так как приводит к сокращению количества поставщиков. Монополизм изготовителя опасен тем, что он, наоборот, самовоспроизводится, если потребности не устранимы. Зная, что потребители не могут не потреблять, изготовители реализуют свою продукцию, не совершенствуя процесс ее изготовления, не повышая ее качества и не занимаясь улучшением обслуживания. Они не заинтересованы увеличивать объемы, так как это приведет к ликвидации дефицита и утрате монопольного положения, наоборот, им выгодно сокращать объемы. Как показали результаты исследований, приведенные академиком Л. А. Абалкиным в статье «Парадокс макроанализа, или Антиэффект монополизма» [63], именно такие процессы происходят сейчас в нашем народном хозяйстве. Дефицит не только не аннулируется, но он еще и возрастает. Причем частный монополизм гораздо страшнее, чем монополизм государственный, поскольку последний, хоть и в недостаточной мере, но поддается управлению, а первый вообще неуправляем. Поэтому рассчитывать на благотворное влияние конкуренции, не создав условия для ее существования, не устранив дефицита, по нашему мнению, не имеет смысла.

Второе условие — наличие изготовителей взаимозаменяемой по назначению продукции. Традиционно считается, что конкуренция невозможна без множества изготовителей однотипной продукции. Поэтому наличие крупных компаний, выступающих зачастую единственным в стране изготовителем какого-то вида продукции, рассматривается как препятствующее конкуренции обстоятельство. В то же время неуклонное действие закона разделения труда, ускорение научно-технического прогресса и обусловленные ими концентрация производства и специализация предприятий привели к тому, что в обрабатывающей промышленности таких стран, как США, Япония, Германия, более 2/3 предприятий являются олигополистами. Приведем следующие цифры по Японии. Доля трех крупнейших компаний составляла по отраслям в конце 80-х годов:

в производстве кинофотоаппаратов — 62 %;

в часовой промышленности — 92 %;

- в легковом автомобилестроении — 73 %;
- в производстве мотоциклов — 93 %;
- в производстве цветных телевизоров — 61 %;
- в производстве стали, проката — 63 %.

В США на долю четырех ведущих электронных компаний приходится свыше 40 % всей реализации электронной промышленности, одной из самых могущественных отраслей. В ФРГ в той же отрасли два концерна контролируют почти 3/4 продукции. Можно ли считать, что при этом существует конкуренция в данных отраслях? Безусловно, да.

Конкуренция может возникать не только между изготовителями однородной продукции, но и между изготовителями продукции, взаимозаменяемой по назначению. Например, в качестве привода может применяться электродвигатель и гидромотор. Повышение экономичности, снижение габаритов, уменьшение цены позволяют потребителю выбрать лучший вариант. Сталь может заменяться пластмассами или цветными металлами, и поэтому, даже будучи монополистом, металлургическая компания не будет чувствовать себя в полной безопасности.

Кроме того, при открытом для импорта внутреннем рынке даже имеющий большой удельный вес в национальном выпуске изготовитель всегда ощущает конкуренцию со стороны зарубежных изготовителей аналогичной продукции. Таким образом, условие относительно множества изготовителей продукции, удовлетворяющей какую-то потребность, соблюдается даже в тех случаях, когда по каждому данному типу продукции в стране имеется один или несколько изготовителей.

Третье условие — постоянное изменение характера потребления. Научно-технический прогресс значительно ускорил изменения условий потребления, вследствие чего идет постоянная борьба между изготовителями за вновь возникающие потребительские рынки. Ни одна самая могущественная компания не может не заниматься совершенствованием своей продукции без риска оказаться в отстающих. Пример компании «ИБМ», прозевавшей момент появления рынка персональных компьютеров, — яркое тому подтверждение. Огромных усилий стоило этой первоклассной компании возвращение утраченного на какой-то момент лидерства.

Конкуренция теперь заключается зачастую не столько в том, чтобы завоевать существующий рынок или расширить в нем свою сферу, сколько в том, чтобы создать новый рынок, первым предложив новую продукцию, которая соответствует изменившимся условиям потребления.

Действие перечисленных факторов создает в странах с рыночной экономикой отношения соперничества между фирмами-изготовителями. Эти отношения могут проявляться в различных формах



в зависимости от того, какая конкурентная структура сложилась на том или ином рынке. В зарубежной и отечественной экономической литературе принята классификация конкурентных характеристик по 4 типам:

- чистая монополия;
- олигополия;
- монополистическая конкуренция;
- чистая конкуренция.

1. Чистая монополия. Она имеет место, когда одна-единственная фирма производит данный вид товара или услуги. Чаще всего это бывает, когда фирма владеет патентом на продукт, который она изобрела. В США этот патент дает исключительное право на производство продукции в течение 17 лет. Чистая монополия бывает также в тех случаях, когда рынок сбыта ограничен, а организации производства данного вида продукции требует очень больших капиталовложений. Например, криогенная техника производится даже не в каждой стране, не говоря уж о том, чтобы в одной стране имелось несколько изготовителей. Оформившаяся в последние годы тенденция производителей занять на рынке свою «нишу», т. е. выпускать продукцию, которую бы никто другой не производил, сочетается с объективно существующей тенденцией к дифференциации продукции для конкретных условий применения. Чем больше разнообразие моделей, типов, тем больше вероятность, что производство каких-то моделей окажется монополизированным в стране. Бывают такие случаи, когда одна фирма захватывает почти полностью мировой рынок. Так, до недавнего времени американская компания «Ксерокс» производила 86 % множительной техники, германская фирма «Рекс-Рот» обеспечивает страны разных континентов гидромашинами, а американская компания «ДИР» — комбайнами. Мы уже раньше отмечали, что такие ситуации не являются редким исключением в производстве продукции производственно-технического назначения. Так, например, в США более 2/3 наименований машиностроительной продукции производится одним изготовителем.

Еще более вероятен чистый монополизм, когда речь идет об уникальных комплексах: крупном прессовом оборудовании, химических и металлургических агрегатах, атомных реакторах и т. п. В этих случаях монополизм связан не со специальным оборудованием, требующимся для изготовления такой техники, а с уникальностью знаний, необходимых для проектирования и освоения данных комплексов. В этих случаях разработка стоит так дорого, что конкуренция даже на стадии проектирования оказывается нецелесообразной.

Так что чистая монополия в настоящее время — не редкость. Очевидно, в дальнейшем, по мере еще большей дифференциации

условий потребления и соответствующего увеличения разнообразия видов продукции, вероятность появления монопольных изготовителей будет возрастать. Но в этом нет особой опасности, если изготовители в целом не будут занимать монопольное положение по отношению к потребителям. Конкуренция между взаимозаменяемыми видами продукции обеспечит стремление к прогрессу.

2. Олигополия. Рынок считается олигопольным, если на долю нескольких компаний приходится его значительная часть. В разных странах существуют различные методики оценки состояния рынка. Но в большинстве случаев рынок считается олигопольным, если 3—4 крупнейшие компании контролируют 40—50 % продаж. Вышеприведенные цифры по США и Японии характеризовали именно олигопольные рынки. По существу, ядро планирующей системы — это компании-олигополисты. Как правило, они производят высокотехническую продукцию массового спроса для населения: автомобили, часы, холодильники, компьютеры, бытовую электронику и т. п. Производство такой продукции требует больших первоначальных капиталовложений, иначе невозможно обеспечить низкий уровень издержек и высокое качество. На рынке такой продукции множество больших компаний не в состоянии найти себе достаточный объем сбыта даже в крупных странах, поэтому 3—5 компаний контролируют рынок.

Любая новая компания, желающая проникнуть на кем-то освоенный рынок, встречается с почти непреодолимыми трудностями. Во-первых, необходим огромный капитал, чтобы обеспечить высокотехнологичное производство. Во-вторых, само внедрение на рынок возможно только за счет создания преимуществ для покупателя в цене, качестве или обслуживании по сравнению с конкурентами-олигополистами. Борьбаться новой компании придется не с какой-то одной компанией, а со всей группой, контролирующей рынок. А это нереально, так что небольшое количество конкурентов объяснимо. Но возникает другой вопрос: почему все-таки остается несколько конкурентов? Почему одна сильнейшая компания не подминает под себя остальные, создавая чисто монопольную ситуацию на рынке? Помимо антимонопольного законодательства, которое не всегда успешно, но все-таки препятствует монополизму, есть более веские причины.

Во-первых, борьба между компаниями-олигополистами связана с такими большими потерями для каждой из них, что в ней может не оказаться победителя. Если какая-то одна из действующих на рынке компаний захочет поглотить другую, она должна будет снижать цены. Но это ударит по всем остальным, а не только по одной компании. Они вынуждены будут объединиться против возмутителя спокойствия. Но, даже объединившись, они понесут огромные потери, устраняя с рынка строптивого конкурента.

Вложив огромные средства в основные фонды, любая из компаний готова нести какие-то временные потери в конкурентной борьбе, чтобы не потерять все капиталовложения. Поэтому попытки насильственного устранения конкурентов, когда каждый из них является мощной корпорацией, практически безнадежны. Поскольку руководят корпорациями не хозяева-частники, а профессионалы-менеджеры, то иррациональные побудительные мотивы (честолюбие хозяина, личная неприязнь к конкуренту), которые когда-то могли быть причиной конкурентных схваток, теперь исчезли.

Во-вторых, объединению компаний-конкурентов препятствует экономическая нецелесообразность. Выгоды от снижения издержек за счет роста объема на условно-постоянных расходах могут перекрываться потерями от снижения управляемости. Ведь эти компании и так объединяют сотни заводов, где трудятся сотни тысяч работников. А если они еще сольются воедино, то получится неуправляемый монстр. Таким образом, мы видим, что бытовавшее в середине 50—60-х гг. в зарубежной и советской экономической литературе предположение о неизбежности дальнейшей монополизации отраслей не подтверждается.

Есть сферы народного хозяйства, где, несмотря на антимонопольное законодательство, действительно господствуют монополии. Это сферы с ограниченным по масштабам рынком — рынком специфической продукции производственно-технического назначения. И есть сферы с гораздо более масштабными рынками, где монополии невозможны. На этих рынках существует олигополия.

Есть еще третья причина, препятствующая монополизации отраслей, производящих высокотехническую продукцию для населения. Эта причина заключается во все более осознаваемой необходимости иметь конкурента как побудителя собственного развития. Так, в середине 70-х гг. в Японии автомобильная компания «Мазда» в силу ряда причин оказалась на грани краха. Компании-конкуренты «Тойота» и «Ниссан» оказали ей финансовую, управленческую помощь и помогли сохраниться в ряду крупнейших производителей. В качестве одной из важнейших причин этой необычной для того времени политики называлась необходимость сохранения конкурента, чтобы соперничество побуждало к движению. Следует заметить, что когда в США в конце 70-х гг. компания «Крайслер» оказалась в аналогичной ситуации, то ее конкуренты «Форд» и «Дженерал Моторс» сделали все от них зависящее, чтобы не дать ей выжить. Американские менеджеры в то время еще не научились мыслить в долгосрочных категориях, но сегодня они тоже признают полезность сохранения конкурента для собственного развития. Иначе, отмечается в работе «Американский менеджмент на пороге XXI века», отрасль в целом может оказаться неконкурентоспособной на внешнем рынке. Это понимание

полезности соперничества стало настолько всеобщим, что разрешается даже внутрифирменная конкуренция между отделениями, заводами одной компании. Разумеется, в определенных пределах.

Теперь рассмотрим, в чем заключается конкуренция между компаниями, занимающими олигопольное положение на рынке. Как мы уже отмечали ранее, ценовая конкуренция нерациональна. В вопросах ценообразования все эти компании действуют согласованно, как единый монополист. Антимонопольные законы, запрещающие согласование цен, оказываются бессильными, потому что никаких письменных и даже устных согласований, являющихся официальным доказательством запрещенной деятельности, компаниям-олигополистам не требуется. Они научились действовать согласованно и, не нарушая законов, навязывать рынку свои цены. В этом умении навязывать рынку цены заложена возможность эксплуатации планирующей системой рыночной. Конкуренция ведется в сфере качества продукции и оказания послепродажных услуг. Изыскиваются все новые способы привлечения покупателя за счет более полного удовлетворения его потребностей и уменьшения его издержек при удовлетворении этих потребностей. Это борьба не на уничтожение конкурента. Это борьба за выживание и некоторое расширение сферы влияния. Но от этого она не перестает быть жестокой и напряженной. Увеличение доли рынка на десятки доли процента является крупным достижением.

3. Монополистической конкуренцией называется ситуация на рынке, когда существует сравнительно небольшое число фирм, изготавливающих однородную продукцию. Это может быть 15—30 химических, металлургических или текстильных компаний, доля каждой из которых составляет несколько процентов от общего объема продаж. В отличие от олигополии, при монополистической конкуренции состав изготовителей не так стабилен. На рынок проникают новые компании, а старые могут исчезать. Монополистическая конкуренция существует, как правило, в сырьевых и аналогичных им отраслях, где сравнительно однотипная технология применяется для изготовления большого количества продукции (сталь, алюминий, нефтепродукты и т. д.). Рынок этой продукции настолько велик, что в крупных странах он дает возможность множеству, а не нескольким компаниям достигать достаточно больших объемов производства, чтобы оправдать значительные инвестиции, необходимые для поддержания производства на современном уровне. Сравнительно небольшие страны, в том числе многие европейские, стремятся интегрироваться в единое экономическое пространство как раз потому, что это позволяет создавать крупные производства с низкими издержками. Монополистической такая конкуренция называется потому, что изготовителей все-таки не так много, чтобы они не могли координировать свои действия.

Благодаря последнему они в состоянии навязывать покупателям свои цены и, как и прочие представители планирующей системы, таким образом защищать себя от стихии рынка. Эта координация ценовой деятельности отдельных компаний ведется, естественно, с соблюдением антимонопольного законодательства, т. е. без формального согласования цен между компаниями-изготовителями.

4. Чистая конкуренция имеет место прежде всего в отраслях, принадлежащих рыночной системе со множеством изготовителей, которые в принципе не могут согласовать цены. Это сельское хозяйство, пищевая, легкая промышленность, сфера услуг, строительство и т. п. Но кроме этих отраслей со сравнительно однородной продукцией и производством, не требующим огромных инвестиций, в сферу чистой конкуренции все больше втягиваются отрасли, традиционно находившиеся под контролем олигополий. Мы уже отмечали тенденцию к децентрализации производства, заключающуюся в обособлении процессов изготовления узлов, деталей, небольших приборов и территориальном удалении этих производств от крупных промышленных центров. Эти обособленные производства, если они жестко не связаны с какой-то одной компанией, выступают на рынке как мелкие товаропроизводители. Их множество, и они конкурируют между собой так же, как остальные производители в сфере рыночной экономики. Способствуя своей конкуренцией снижению общественно необходимых затрат, сами они нередко оказываются эксплуатируемыми крупными корпорациями — покупателями их продукции, которые диктуют цены не только потребителям, но и своим мелким поставщикам. И все-таки чистая конкуренция, как и частично-индивидуальное производство, вытесненные было из тяжелой промышленности, возвращаются туда снова. Правда, пока на вторых ролях. Можно предположить, что тенденция к использованию природных процессов для удовлетворения своих потребностей позволит человечеству отказаться от громоздких, дорогостоящих средств производства и энергоемких технологий, в результате чего повысится вероятность децентрализации производства и свободной конкуренции между хозяйственными субъектами в тех отраслях, которые являются сейчас в той или иной мере монополизированными.

Чистая конкуренция неизбежно порождает свою противоположность — чистую монополию, если общество в лице государства не будет вмешиваться. А оно вынуждено вмешиваться, поскольку частная монополия для него губительна. Первыми с тяжелыми последствиями монополизма столкнулись американцы, так как развитие промышленности в США в конце XIX в. шло наиболее быстрыми темпами. И поэтому первый антитрестовский закон был принят в США в 1890 г. под названием «Закон, направленный на защиту торговли и промышленности от незаконных ограничений и

монополий», известный как закон Шермана. В 1914 г. он был дополнен рядом положений и с тех пор известен как закон Шермана—Клейтона.

В соответствии с этим законом запрещается полная монополизация каких-то отраслей промышленности в стране, а в некоторых случаях монополизация сфер деятельности в регионах. Не разрешается, например, сосредоточение всех пассажирских перевозок в городе в руках одной компании, так как это услуга, без которой население не может обойтись. Монополизация этой услуги одной компанией позволит ей диктовать пассажирам свои правила и цены.

Закон определяет минимально допустимое число производителей в различных отраслях. Кроме того, дается определение недобросовестной конкуренции, такой, например, как демпинг.

Предусматриваются нормы гражданского и уголовного права как средство борьбы с нарушениями антимонопольного закона и верховный орган, которому поручено следить за его исполнением. В США таким органом является Федеральная торговая комиссия. Для разбирательства дел по нарушению антитрестового закона есть специальные суды. Американское антитрестовое законодательство считается самым жестким в мировой практике. Однако монополии США лидируют в списках крупнейших компаний мира. Для того чтобы ограничить рост масштабов производства и продаж одной фирмы, законодательно ограничивают размеры ее рыночной квоты. Чтобы уменьшить число слияний и поглощений одной фирмы другой, практикуется обязательная регистрация всех соглашений об объединении фирм.

Вслед за Америкой антимонопольные законы начали принимать европейские страны. Здесь они больше известны как антикартельные законы. Картель — одна из форм монополии, при которой ее участники, сохраняя производственную и коммерческую самостоятельность, договариваются между собой о ценах, квотах, обменах патентами. Целью образования картелей является получение монопольной прибыли путем устранения и регламентации конкуренции внутри объединения и подавления внешней по отношению к картелю конкуренции. Принципы деятельности картелей предполагают раздел рынков, согласование цен, централизацию коммерческих операций.

Раздел рынков осуществляется в форме территориального разграничения, квотирования сбыта и распределения клиентуры. В этом случае в переговоры на выделенном рынке вступает только его «хозяин». Если запрос приходит из «чужой зоны», фирма должна либо отказаться, либо назначить неприемлемые условия. Согласование цен иногда дополняет раздел рынка, а иногда выступает самостоятельной целью соглашения. Оно может быть

официально оформлено в виде фиксированных цен, а может носить характер обмена информацией о предлагаемых ценах. Централизация коммерческих операций — это самая жесткая форма картelizации, когда весь сбыт идет через единую сбытовую сеть.

В Европе, где экономическое пространство отдельных стран меньше, антитрестовские законы были бы невыполнимы. Массовое производство требовало и требует организации крупных хозяйственных единиц. Поэтому введение ограничений по объемам производства могло бы оказаться заранее невозможным в таких отраслях, как химия, металлургия в Германии, Англии, Швеции. Здесь картельные соглашения — гораздо более изощренная и потому трудноконтролируемая форма монополизации.

В настоящее время очень широко распространены национальные экспортные и импортные картели. Они не запрещаются, потому что обращены не внутрь страны, а вовне. Существуют также международные картели. Например, Международный электротехнический картель, членами которого состоят 55 электротехнических компаний из 11 стран с ежегодным объемом продаж более 2 млрд дол. Его членами являются такие всемирно известные фирмы, как «Сименс», «Алстом», «Телефункен», «Хитачи», «Мицубиси» и др. Эти картели, будучи не менее опасными, чем внутригосударственные, функционируют потому, что выходят за пределы юрисдикции отдельных государств.

Удачным примером эффективности антимонопольного законодательства в США было решение о разделении компании «Америкен телефоун энд телеграф» (АТТ) в начале 80-х гг. на десять независимых компаний. Это разделение оказалось плодотворным, заставило компании конкурировать между собой, что привело к внедрению технических новшеств, в том числе волоконно-оптического подводного трансатлантического кабеля, резко повысившего пропускную способность этой важной линии связи. Плата за услуги в области связи снизилась, а набор их возрос. Но этот пример является скорее исключением из правила. Вообще же эффективность антимонопольного законодательства многими специалистами расценивается как очень умеренная. Почему?

Во-первых, потому что нелегко определить сам факт монополизма той или иной компании. Одной из серьезных проблем, решение которых должно предшествовать антимонопольной практике, является определение границ релевантного рынка. Релевантным в данном случае называют рынок, в пределах которого для данного предприятия складываются действительные отношения конкуренции и монополии.

Поясним это на примере нашумевшего в свое время процесса «США против Дюпона», или «целлофанового дела». На компанию



«Дюпон» в тот период приходилось свыше 75 % продаж целлофана на американском рынке. Контролируя все патенты на целлофан, она имела возможность установить на него цены, совершенно несоизмеримые с затратами, потому что товары-заменители этого упаковочного материала стоили значительно дороже. Заменяя бумагу, фольгу целлофаном, покупатель выигрывал даже в том случае, когда целлофан стоил ненамного дешевле, чем бумага. Фирму обвинили в монополизации рынка. Но при рассмотрении дела в Верховном суде представитель «Дюпона» смог доказать, что нельзя рассматривать рынок целлофана как самостоятельный. Поскольку целлофан — один из видов упаковки, надо рассматривать весь рынок гибких упаковочных материалов. На этом гораздо более обширном рынке доля «Дюпона» составляла уже только 20 %, и обвинение в монополизме было снято. Вот что значит определение границ релевантного рынка. При том же объеме продаж изменился знаменатель (сумма продаж на релевантном рынке), и компания «Дюпон» из монополистической превратилась в рядового участника рынка.

Хотя до сих пор не существует признанной всеми методологии определения границ рынка, есть опыт некоторых стран. Так, в Германии в релевантный рынок включается фактический оборот предприятий, производящих продукцию с высокой краткосрочной замещимостью по отношению к данной или имеющих производственные мощности, которые в течение года с минимальными затратами могут быть перепрофилированы на выпуск этой продукции, т. е. в релевантный рынок включаются все реальные конкуренты. Кроме того, учитываются предприятия, продукция которых может послужить заменителем данной (бумага вместо целлофана), и те, которые могут быстро освоить выпуск данной продукции. Этот теоретически оправданный подход на практике оказывается многовариантным. Какие затраты на перепрофилирование можно считать минимальными? Какую замещимость — краткосрочной? Естественно, что компании, обвиняемые в монополизме, используют эти уязвимые места для своей защиты.

Во-вторых, очень сложно доказать факт согласования цен между компаниями-олигополистами. Все видят, что оно имеет место, но доказать это практически невозможно. Недостаточная эффективность антимонопольного законодательства, естественно, вызывает критику и самих законов, и институтов, призванных обеспечивать их исполнение. Причем критика антимонопольных мер идет с двух сторон.

Одни критикуют антимонопольные законы за то, что они противоречат духу свободного предпринимательства, т. е. праву владельца собственности распоряжаться ею и продуктами, созданными с ее применением, по своему усмотрению. Они видят в этом

ущемление права частной собственности. Кроме того, говорят они, эти законы противоречат тенденциям научно-технического прогресса. Укрупнение производства, концентрация капиталов способствуют ускорению прогресса. Ли Якокка справедливо отмечал, что объединение усилий автомобильных компаний США в решении кардинальных научных проблем, таких, как создание экономичного двигателя внутреннего сгорания или экологически чистого электромобиля, могло бы значительно ускорить их решение. Общество от этого выиграло бы, но государство от лица этого общества запрещает создание общих программ, так как это было бы нарушением закона Шермана. Между тем заключение соглашения той же американской автокомпании с японской не является нарушением. Это явная нелепость. Таким образом, некоторые критикуют антиitrustовские законы за то, что они есть, или за то, что они слишком жесткие.

Другие критикуют эти же законы и структуры, созданные для их реализации, за недостаточную эффективность, справедливо указывая, что монополизм существует почти безнаказанно. Особенно много нареканий вызывают международные картели. Видимо, создание ЕЭС в какой-то мере позволит снизить монополизм этих картелей, если будет выработано единое антимонопольное законодательство. Возможно, этот вопрос станет объектом рассмотрения международных организаций.

Нам представляется, что антимонопольные законы необходимы, но нельзя преувеличивать их возможности. Особенно не следует преувеличивать их роль в нашей сегодняшней ситуации. При дефиците, закрытости рынка никакие законы не помогут в борьбе с монополизмом. Предложения же создавать дублирующие производства по каждому виду продукции просто нереальны.

#### 4.2. Конкурентоспособность компаний

Понятие конкурентоспособности многогранно. Его используют применительно к товару, предприятию, компании, стране. Мы начнем с конкурентоспособности товара, а затем перейдем к конкурентоспособности компании.

Конкурентоспособность товара определяется уровнем затрат, связанных с собственностью на товар за весь период его использования, и эффектом от его применения.

Затраты, связанные с собственностью, включают затраты на приобретение и поддержание в работоспособном состоянии, на эксплуатацию (потребление), транспортировку, утилизацию.

Сначала рассмотрим полные издержки. Раньше покупатель, оценивая целесообразность приобретения товара, сопоставлял це-

ну, которую он должен за него заплатить, и его полезность в удовлетворении определенной потребности. Будущие издержки на удовлетворение этой потребности с помощью приобретаемого товара не рассматривались как определяющий фактор. Это было оправданным, когда эксплуатация товаров не требовала больших расходов. По мере усложнения продукции соотношение между ценой продажи и полными затратами, связанными с собственностью, стало изменяться. По таким видам товаров, как автомобили, трактора, продажная цена составляет только 15—20 % от полных затрат за весь период их использования. Расходы на топливо, резинотехнику, запасные части, ремонт, заработную плату (или собственные трудозатраты) в 3—4 раза превосходят затраты на приобретение. Поэтому понятие полных затрат, связанных с собственностью, на Западе прочно вошло в общественное сознание. Это широко применяется при рекламировании продукции. Так, одна американская фирма, продававшая цветные телевизоры по 400 дол., решила обновить свою модель. Повысив качество по целому ряду параметров, она была вынуждена повысить цену до 450 дол. В обычной ситуации повышение цены вызвало бы затруднения со сбытом. Однако специалисты компании рассчитали, что повышение качества позволит уменьшить стоимость эксплуатации за срок службы телевизора с 326 до 125 дол. Следовательно, при старой модели полные затраты составляли 726 дол., а при новой — 575. Умело доведя эту информацию до покупателя, компания расширила объем продаж, несмотря на повышение цены.

Если мы перейдем к продукции производственно-технического назначения, то роль второй составляющей (послепродажной стоимости) возрастет еще больше, потому что в нее, кроме собственно расходов на эксплуатацию и поддержание в работоспособном состоянии, входят потери покупателя из-за неисправности этой техники.

Например, если робот, встроенный в поточную линию, выйдет из строя на несколько часов, то потери от простоя линии или всего цеха могут значительно превысить цену этого робота. В США в 1980 г. было удовлетворено 70 исков на сумму более 1 млн дол. каждый. Это хорошо знают покупатели и стремятся защитить себя от таких потерь, приобретая продукцию с удлиненными гарантийными сроками, так как в пределах действия гарантий весь ущерб, понесенный покупателем в связи с поломками, компенсируется поставщиком. Удлинение гарантийных сроков поэтому оказалось одним из существенных факторов повышения конкурентоспособности. Компания «Вольво», продлив гарантию до 5 лет, смогла почти вдвое увеличить продажу своих автомобилей. Но сейчас уже наступает время, когда и гарантийный срок перестает устраивать покупателя.

В «Директивах ЕЭС по ответственности за качество» указано, что если лицу (юридическому или физическому) нанесен ущерб в связи с дефектностью продукта, он должен быть возмещен лицом, ответственным за риск, созданный выходом на рынок дефектной продукции. При этом ответственность наступает независимо от того, мог или не мог изготовитель (продавец) предвидеть дефектность данной продукции.

Предусмотрен трехгодичный срок исковой давности, течение которого начинается с момента причинения ущерба. В США иск можно предъявить в течение 10 лет с момента покупки. Поэтому, когда изготовитель узнает о дефектах в проданных им изделиях, он, не дожидаясь отказов, сам заблаговременно разыскивает эти изделия у потребителя и устраняет дефекты. Так, в конце 1991 г. компания «Форд» отозвала из эксплуатации 1,5 млн своих легковых автомобилей выпуска 1986—1987 гг., у которых был обнаружен конструктивный дефект двигателя. И все-таки даже компенсация денежного ущерба не удовлетворяет полностью покупателя. Если речь идет о продукции производственно-технического назначения, то недопоставка поставщиком своим заказчикам продукции в связи с остановкой производства (из-за того же неисправного робота) может сказаться на репутации фирмы, а эти будущие потери невозможно заранее оценить, а потому и компенсировать. И они могут составлять значительную часть полных издержек за период эксплуатации (потребления). К издержкам следует отнести также потери покупателя или общества в целом, связанные с проблемами безопасности и экологичности, в том числе моральный ущерб. В нашей стране до принятия закона «О защите прав потребителя» моральный ущерб в стоимостной форме в гражданском праве не выражался. Поэтому стоимостное выражение ущерба потребителя от несчастных случаев и других неприятностей, связанных с потреблением продукции экологически и эргономически несовершенной или даже опасной, было заниженным.

Между тем в развитых капиталистических странах возмещение морального ущерба практикуется давно. Это означает, что в случае, например, травмы виновник оплачивает не только счета за лечение, усиленное питание, но и выраженные в денежной форме страдания потерпевшего, переживания его близких и т. п.

Все большие масштабы потерь по этим причинам побудили правительства большинства стран принять довольно жесткие стандарты по безопасности, экологичности и эргономичности. Причем, как это нередко бывает, даже такое полезное дело, как защита населения от действия вредных факторов, используется иногда компаниями в своих целях в борьбе с конкурентами. Так, американские автомобилестроители обвиняют Японию в принятии на национальном уровне неоправданно жестких требований по

токсичности выхлопных газов с целью не допустить американские автомобили на японский рынок.

В свою очередь стандарты в самих США по этим же параметрам, равно как в Японии, Швеции и Швейцарии, жестче, чем в других развитых странах, и те также обвиняют их в протекционизме под видом заботы о населении.

В Швеции не только приняты самые жесткие в западной Европе нормы по токсичности выхлопных газов, уровню шума, но и введены требования обязательного применения на всех эксплуатируемых автомобилях фарочистителей и фаросмывателей заднего токообогреваемого стекла, бруса безопасности в дверях, системы снижения токсичности выхлопных газов. В США автомобили должны быть оборудованы системой привязных ремней, которая исключает возможность запуска двигателя, если ремни не пристегнуты водителем или пассажиром. Кроме того, все эксплуатируемые автомобили должны иметь специальные устройства, защищающие водителя или пассажиров при боковом ударе. Характерной особенностью американских норм является то, что они пересматриваются ежегодно, о чем американские автомобилестроительные компании узнают гораздо быстрее, чем их иностранные конкуренты, экспортирующие автомобили в США. Те в свою очередь обвиняют американцев в том, что ежегодный пересмотр производится не столько в интересах потребителей, сколько из протекционистских соображений.

Возможно, все эти взаимные обвинения и имеют под собой почву, но следует отметить, что конкуренция в данном случае служит очень благородному делу улучшения условий жизни.

В странах ЕЭС фирма-изготовитель обязана пройти омологационные испытания. При этом автомобиль должен соответствовать более чем 30 требованиям.

Пройти сложные испытания и оплатить их стоимость под силу только крупным автомобилестроительным фирмам, намеревающимся экспортировать в данную страну значительное количество машин. Таким образом сокращается число конкурентов-экспортеров. Национальные компании получают в этом случае преимущества, поскольку испытательные лаборатории после проведения экспертизы условий производства могут разрешить проведение некоторых видов сертификационных испытаний непосредственно на фирме.

Подобные требования к качеству изделий, установленные на государственном уровне, существуют и для других видов продукции. Быстрое развитие атомной энергетики, бурения на шельфе, а также ряд проблем, возникших в связи с эксплуатацией морских буровых платформ и атомных электростанций, потребовали создания целого комплекса мероприятий, объединенных общим понятием

ем «подтверждение качества». Аналогичные требования предъявляются к таким сложным объектам, как химические и металлургические комплексы.

До сих пор мы рассматривали продукцию, находящуюся у потребителя в эксплуатации, т. е. используемую длительное время в том виде, в котором ее изготовили. Теперь рассмотрим, какие издержки, влияющие на конкурентоспособность, могут возникнуть в потреблении. Здесь тоже полные издержки можно разделить на две составляющие — продажная цена и послепродажные издержки.

Что понимается под послепродажными издержками для материалов, сырья, продуктов, потребляемых покупателями? Рассмотрим пример. В производстве труб используется необрезной штрипс (металлическая лента). Прежде чем сварить из такого необрезного штрипса трубу, его кромки приходится обрезать. На это расходуются металл, живой труд, производственные площади и оборудование. Если бы этот штрипс поставлялся сразу обрезанным даже по более высокой цене, то вполне возможно, что полные издержки были бы меньше.

Или возьмем стальной круг, используемый в машиностроении для изготовления многих деталей. Чем жестче допуски по диаметру, тем меньше припуск на механообработку у машиностроителей и, следовательно, меньше потери металла в виде стружки, затраты энергии, инструмента, расход живого труда при механообработке и т. п. Второй вид потерь, связанных с потреблением, обусловлен неритмичностью и неточностью поставок. При неритмичных и неточных поставках потребитель вынужден либо создавать значительные запасы, затрачивая на это финансовые ресурсы, производственные площади, живой труд на погрузочно-разгрузочных работах, либо мириться с потерями производства. Такого же рода послепродажные затраты обусловлены сроками исполнения заказов.

Третий вид послепродажных потерь — это потери, связанные с безопасностью или экологичностью. В Испании в 1981 г. в результате использования токсичного пищевого жира погибло около 200 человек и несколько сотен находилось на излечении. Детские пижамы, выпускавшиеся одной из фирм США, обрабатывались специальным химикатом под названием «дибромпропилфосфат» (трикс) с тем, чтобы сделать их безопасными. Опробирование этого вещества на мышах и крысах показало его канцерогенный эффект.

В связи с этим Комиссия по безопасности товаров широкого пользования США запретила выпуск таких пижам, а в 1981 г. Бюро Европейского союза потребителей, в который входят 19 государств, через Совет министров ЕЭС добилося запрета на обработанное триксом белье.

Резюмируя сказанное о полных затратах, отметим, что именно возрастание доли послепродажных издержек в полных затратах на

собственность явилось одной из главнейших причин повышения влияния качества на конкурентоспособность продукции. Сегодня в большинстве случаев не цена продажи, а качество продукции стоит на первом месте при определении ее конкурентоспособности. Это отмечается во всех исследованиях по конкурентоспособности продукции. Результаты одного из них приведены в работе Р. М. Тихонова [64]. Ирландское экспортное управление провело анализ результатов переговоров между фирмами-экспортерами и зарубежными клиентами.

В табл. 1 показано, сколько раз покупатели из разных стран называли тот или иной фактор определяющим.

Таблица 1

Фактор при выборе поставщика	Велико-британия	Прочие страны ЕЭС	Страны Северной Америки	Всего	Место
Качество	18	15	3	36	1
Цена	17	8	3	28	2
Уникальность изделия	6	10	3	19	4
Дизайн	6	4	3	13	5
Надежность поставок	8	1	1	10	7
Связи с экспортом	14	10	3	27	3
Послепродажное обслуживание	9	1	1	11	6

При аналогичных исследованиях, проводившихся в США, Японии, всегда на первом месте оказывается качество, на втором — цена, на третьем бывает надежность поставок, связи с поставщиками или послепродажное обслуживание. Это зависит от того, какую продукцию производят или покупают обследуемые фирмы. Но качество всегда на первом месте. Об этом свидетельствует и табл. 2, в которой представлены результаты анализа, проведенного «Юропизен менеджмент форум» при сравнении конкурентоспособности ряда капиталистических стран.

Таблица 2

Страна	Место
Япония	1
Швейцария	2
США	3
ФРГ	4
Швеция	5
Финляндия	6
Австрия	7
Норвегия	8
Дания	9



Страна	Место
Нидерланды	10
Канада	11
Австралия	12
Великобритания	13
Франция	14
Ирландия	15
Италия	16

Как видим, наиболее конкурентоспособной оказалась продукция тех стран, где главное внимание уделяется высокому качеству.

Вторая составляющая конкурентоспособности, как следует из приведенного нами в начале параграфа определения, характеризует эффект от применения продукции. В данном случае подразумевается та часть эффекта, которая не связана напрямую с затратами на удовлетворение потребности. Сюда включаются социальный и экологический эффекты от применения продукции.

Социальный эффект характеризует степень удовлетворения материальных и духовных человеческих потребностей. Он может также заключаться в формировании и удовлетворении новых потребностей и в изменении условий труда. В социальном эффекте концентрируется конечная цель всей трудовой деятельности. Но поскольку в большинстве случаев он не может быть выражен в деньгах, то остается за пределами экономических исследований. Когда уменьшаются затраты на ремонт телевизора, это легко получает стоимостное выражение. Улучшение контрастности изображения или расширение цветовой гаммы этого же телевизора сложнее выразить количественно, и этот (социальный) эффект не учитывается, хотя телевизор создан ради него. Новая наука — квалиметрия, целью которой является количественное сопоставление уровней качества, — позволяет ликвидировать этот пробел.

Кроме повышения степени удовлетворения потребностей (улучшения вкусовых ощущений от пищи, эстетического восприятия и удобства одежды, обуви и т. д.) важнейшей составляющей эффекта в последние десятилетия становится изменение условий труда. По мере того как труд, оставаясь средством удовлетворения индивидуальных потребностей, превращается в самостоятельную потребность в самовыражении, условия труда приобретают все большее значение. На тяжелый, рутинный труд, даже если он хорошо оплачивается, находится все меньше охотников. Поэтому, когда речь идет о конкурентоспособности средств труда, повышение их качества, заключающееся в снижении утомляемости, заболеваемости работника, продлении срока трудоспособности, повышении привлекательности труда, приобретает все большее значение. Уже есть немало примеров того, что высокопроизводительные,

надежные, но не эргономичные бульдозеры, экскаваторы оказывались неконкурентоспособными на мировом рынке.

Экологический эффект характеризует уровень вредных воздействий на окружающую среду, возникающих при эксплуатации или потреблении продукции. Коренной поворот в отношении к экологии, являющийся одним из результатов НТР и вызванного ею возрастания неблагоприятных последствий человеческой деятельности, привел к тому, что экологические показатели качества продукции стали приоритетными, важнейшими. Для того чтобы стать потребительной стоимостью, продукция теперь прежде всего должна отвечать минимальным экологическим требованиям. В противном случае ни социальный, ни экономический эффекты не могут реализоваться, так как продукция не будет потребляться. Мы уже ранее отмечали, как умело используют компании это обстоятельство в конкурентной борьбе.

Получив представление о конкурентоспособности продукции, резонно перейти к конкурентоспособности самих компаний, производящих эту продукцию.

Под конкурентоспособностью компании принято подразумевать ее реальную и потенциальную способность проектировать, изготавливать и сбывать товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам в комплексе более привлекательны для потребителя, чем товары их конкурентов.

Выполнение каких условий необходимо для обеспечения конкурентоспособности компании?

Во-первых, системный подход при планировании будущего, сформулированный Р. Акоффом (см. гл. 3). Если планирование развития не базируется на правильном определении миссии компании в обществе, то компания рано или поздно ощутит свою ненужность.

Во-вторых, правильный выбор стратегии развития. Пользуясь классификацией вариантов стратегий, приводимых Ф. Котлером в «Основах маркетинга» [2], дадим их краткую характеристику.

Таблица 3

Варианты стратегии развития

Интенсивный рост	Интегральный рост	Диверсификационный рост
Глубокое внедрение на рынке	Регрессивная интеграция	Концентрическая диверсификация
Расширение границ рынка	Прогрессивная интеграция	Горизонтальная диверсификация
Совершенствование товаров	Горизонтальная интеграция	Конгломеративная диверсификация

Интенсивный рост корпорации означает рост объемов производства и качества товаров, соответствующих ее профилю. Например, завод, изготавливающий рельсы, увеличивает их производство или повышает их долговечность.

Интегральный рост означает объединение производств, связанных с выпуском данного товара.

Диверсификационный рост означает проникновение в сферу производства других товаров.

Стратегия глубокого внедрения предполагает стремление увеличить долю в сложившемся рынке, т. е. за счет каких-то способов конкуренции вытеснить других поставщиков. Расширение границ рынка означает намерение увеличить число потребителей. Это увеличение может происходить за счет расширения географии поставок, новых сфер применения, вовлечения нового контингента покупателей и т. д.

Совершенствование товара — стратегия, основанная не на увеличении объема производства, как в двух первых случаях, а на повышении полезности товаров, их незаменимости. Чем более уникальны товары отдельного предприятия, тем меньше возможность их замены другими товарами, тем слабее их взаимосвязь с товарами других конкурентов.

Если предприятия одной отрасли предлагают на рынке продукцию одинакового назначения, но отличающуюся теми или иными уникальными чертами, которые представляют ценность для потребителей, рынок является дифференцированным. Про таких изготовителей, создавших свой уникальный товар, говорят, что они нашли «свою нишу».

Регрессивная интеграция означает намерение поставить под контроль или приобрести предприятия поставщиков. Эту стратегию широко использовал Генри Форд, постепенно перешедший от собственно производства автомобилей к изготовлению стекол для них, производству пиломатериалов и даже лесозаготовкам и т. п.

Прогрессивная интеграция предполагает стремление поставить под контроль или приобрести систему распределения. Так поступила «Дженерал моторс», создавшая дилерскую сеть. Так же поступают рыболовные компании, покупающие специализированные магазины для продажи рыбы.

Горизонтальная интеграция означает установление контроля за предприятиями-конкурентами или их приобретение.

Концентрическая диверсификация предполагает пополнение номенклатуры изделиями, которые с технической или маркетинговой точки зрения близки к производимым товарам. Допустим, издательство, выпускающее журналы, начинает осваивать выпуск книг в мягкой обложке, хлебозавод осваивает производство чипсов и т. п.

Горизонтальная диверсификация — это выпуск изделий, которые технически не связаны с основным производством, но объединяются по условиям потребления. Изготовители лыж могут изготавливать лыжные шапочки, спортивные костюмы, лыжную мазь.

Конгломеративная диверсификация — это освоение выпуска товаров, которые вообще никак не связаны с ранее освоенными. Это довольно распространенный прием, позволяющий обеспечить финансовую устойчивость компаний. При спадах в одной отрасли предприятия ее можно поддержать за счет благополучного состояния предприятий других отраслей.

Каждая из названных стратегий может оказаться целесообразной, если она соответствует возможностям компании и специфике рынка, на котором компания действует. Но все-таки более вероятной в современных условиях оказывается ориентация на стратегию совершенствования товаров и диверсификацию.

Стратегия совершенствования товаров хороша тем, что она позволяет развиваться и обеспечивать конкурентоспособность, не вступая в ожесточенную борьбу с конкурентами. Ресурсы компании расходуются не на вытеснение конкурентов с рынка, а на повышение качества своего товара. В условиях насыщенного рынка такая стратегия дает более гарантированный результат, чем ориентация на количественный рост.

Диверсификация позволяет сохранять устойчивость при циклических спадах в потреблении отдельных видов продукции. Многоцелевое применение одного и того же сырья, оборудования, рабочей силы, технологии, результатов НИОКР, управленческого аппарата и каналов реализации товаров снижает зависимость компании от конкурентоспособности отдельных видов ее продукции.

В-третьих, компания должна взять на вооружение парадигму: перемены — это условие существования. Сегодня всем известно, что не может быть раз и навсегда принятой системы управления, конструкции изделия, технологии и т. п. Но этого знания недостаточно, если перемены воспринимаются как неизбежное зло. Р. Фостер в своей работе «Обновление производства» [45] справедливо отмечает, что надо обладать волей к переменам, умением заразить сотрудников компании желанием перемен. Важно не столько абсолютно точно предугадать момент, когда старая технология изживет себя, сколько понимать, что это обязательно случится. На первый взгляд кажется, что это прописные истины. Но Р. Фостер приводит результаты обследования деятельности 250 компаний на предмет распределения средств между вложениями в старую и новую технологии. Соотношение оказалось 80 % и 20 %, т. е. 4/5 средств вкладывается в старые технологии, изделия. Почему же? Потому, что с позиции сиюминутной отдачи всегда выгоднее вкладывать деньги в старое. Новое — это риск и отдача

в будущем. Но если учесть результаты долгосрочные, то отдача от инвестиций, вкладываемых в новые идеи, в среднем, по данным Фостера, в 5 раз превышает отдачу от вложений в старые технологии.

В-четвертых, в компании должна действовать совершенная система управления качеством. Если еще 10—15 лет назад велись споры относительно того, не является ли излишней формализация деятельности по управлению качеством, то сегодня никому не приходит в голову продолжать эти дискуссии. Практика международной торговли показала, что несертифицированная продукция либо не находит сбыта, либо продается значительно дешевле. Для того же, чтобы сертифицировать свою продукцию, изготовитель прежде всего должен доказать, что у него на предприятии действует система управления качеством, соответствующая требованиям международных стандартов ИСО 9000. Законы большинства развитых стран запрещают применять несертифицированную продукцию, когда речь идет о вопросах безопасности, экологичности, энергоемкости. Поэтому компания, желающая сохранить конкурентоспособность, не может не заниматься совершенствованием системы управления качеством. Причем ответственность за эту работу возлагается непосредственно на первых руководителей. Почему это так? Потому, что кардинально изменившееся отношение к качеству требует от изготовителя не только доказательств совершенства продукции на образцах и обоснования стабильности его технологических процессов; в первую очередь необходимо убедить покупателя в том, что весь персонал компании действительно считает своей важнейшей задачей обеспечение высокого качества. Причем доказывать это приходится специалистам — представителям сертификационных органов, которые не удовлетворяются кабинетным знакомством со стандартами предприятия, а проверяют их исполнение всеми работниками, начиная от первых руководителей и кончая рядовыми сотрудниками. В нашей стране первые шаги по переходу к рынку, к сожалению, сопровождаются на многих предприятиях значительным ухудшением управления качеством. Ослабление государственного контроля, само по себе целесообразное, произошло в условиях, когда у многих руководителей еще не выработано понимание необходимости этой работы для обеспечения конкурентоспособности их предприятий в будущем, когда будет преодолен дефицит. Таким руководителям кажется, что они займутся качеством, когда этого от них потребует рынок. Они не понимают, что с момента создания системы управления качеством до реального обеспечения качества на уровне современных требований при очень благоприятных условиях проходит 3—5 лет, т. е. когда рынок потребует качества, они его не смогут дать, если сейчас не начнут им заниматься.

В-пятых, конкурентоспособность компании определяется ее ценовой политикой. Имея возможность устанавливать монопольные цены, корпорации планирующей системы до недавнего времени руководствовались следующим правилом. Монопольная цена могла повышаться до тех пор, пока суммарный выигрыш от повышения нормы рентабельности товаров данного вида превосходил суммарный проигрыш от уменьшения объема сбыта и повышений издержек в результате сокращения объемов производства. Решающую роль при этом играла эластичность спроса. В тех случаях, когда спрос достаточно эластичен, монопольная цена имеет верхний предел. В тех случаях, когда спрос неэластичен, т. е. потребности неустранимы и спрос незначительно уменьшается при возрастании цен, монопольные цены могут быть ограничены сверху только посредством общественного воздействия.

Оправданием высокой нормы рентабельности при монопольном установлении цен служила теория полезности. В соответствии с этой теорией цена не является денежным выражением стоимости, т. е. не должна отражать общественно необходимые затраты труда. Она должна отражать полезность товара. Если изделие стало более долговечным, то и цена его может в соответствии с теорией полезности возрастать, даже если издержки при этом снизились. Покупателю все равно выгодно будет приобретение такого более долговечного изделия, если только рост цены не опережает продление срока его использования. Эта, на первый взгляд, логично выстроенная концепция ценообразования успешно применялась в 60—70-х гг. в большинстве развитых стран. При этом оставались за кадром такие тяжелые последствия данной политики ценообразования, как потеря стимулов к совершенствованию технологии и управления. Не будучи вынужденными добиваться максимальной прибыли и имея возможность устанавливать цены значительно выше издержек, корпорации переставали стремиться к снижению издержек. Поэтому активный выход на рынок японских компаний в конце 70-х гг. с низкими ценами застал их врасплох. Никто не мог поверить, что это не демпинговые цены, поскольку трудно было представить, что издержки могут быть такими низкими. Когда шок прошел и во всем разобрались, то сообразили, что действительно отстали. Следование теории полезности, выгодное в сиюминутном плане как обоснование высокой цены, привело к потере конкурентоспособности в долгосрочном плане.

Японские компании в это же время руководствовались принципом: «лучше и дешевле одновременно». Не повышать цены при повышении качества, а снижать одновременно с повышением качества. Если вспомнить историю экономики, то этот принцип не нов. Руководствуясь им, завоевали когда-то мировой рынок голландские, а затем английские купцы. Г. Форд еще 70 лет назад

писал, что «публика постоянно удивлялась, как можно за такую низкую цену давать столь высокое качество» [10, с. 47]. Такая ценовая политика не только способствует увеличению объемов продаж, но и заставляет постоянно совершенствовать собственное производство, не дожидаясь, пока это придется делать под давлением конкурентов.

Снижают цены одновременно с повышением качества, естественно, не ниже того уровня, который позволяет получать приемлемую прибыль. Сейчас большинство компаний взяло на вооружение этот подход. Можно сказать, что экономическая практика реабилитировала теорию стоимости, поскольку принятое сегодня ценообразование вновь возвращает цену к общественно необходимым издержкам. При монопольном или олигопольном рынке в роли общественно необходимых издержек выступают издержки компаний монополистов или олигополистов. В этом всегда заключается соблазн. Вместо того чтобы заниматься снижением издержек, можно свои фактические издержки представлять как необходимые, пользуясь монопольным положением. Мудрость руководства конкурентоспособных компаний в том и заключается, что они не соблазняются этой легкостью, а стремятся к снижению затрат и повышению качества продукции.

В-шестых, маркетинговая деятельность должна быть ориентирована на опережение спроса.

Еще сравнительно недавно считалось, что конкурентоспособность компании обеспечивается, если ее маркетинговая служба внимательно изучает текущий спрос на выпускаемую компанией продукцию и добивается соответствующих корректив планируемых объемов производства и уровня качества. При нынешнем ускорении сменяемости поколений продукции такой подход не может обеспечить успеха, реагирования на уже появившийся спрос недостаточно.

Время, необходимое для освоения производства продукции, на которую уже существует спрос, может быть достаточно большим. И в течение всего этого времени компания фактически будет отставать от спроса. Поэтому только те компании, которые не идут вслед за спросом, а опережают его, добиваются успеха. Принятие такой концепции означает перестройку всей работы по НИОКР. Компания должна располагать службами, занимающимися изучением условий потребления, тенденций совершенствования технологии потребления и на основе этой информации разрабатывающими новые виды продукции, которые еще «не известны потребителю, но будут ему полезны». Такие компании большую часть средств на НИОКР тратят на совершенствование не технологии, а продукции. Разработав новую продукцию, создают маркетинговый комплекс продвижения ее к потребителю, формируют спрос, управляют им, руководствуясь концепцией социально-этического маркетинга, а не корыстными сиюминутными интересами.



### 4.3. Взаимоотношения с поставщиками и потребителями

Начнем с взаимоотношений с фирмами-поставщиками.

Этап широкого внедрения массового производства характеризовался тенденцией к регрессивной интеграции. Так, Г. Форд постепенно включил в свою компанию предприятия по производству стекла, дерева, пластмасс, металла — в общем, всего того, что было необходимо для выпуска автомобилей. В свою очередь металлургические компании приобретали рудники, огнеупорное и коксохимическое производства, что было им необходимо для обеспечения стабильной работы. Иногда это было полное слияние, иногда бывшие поставщики становились дочерними фирмами, но в целом исходили из того, что единая собственность является залогом надежной кооперации.

В тех же случаях, когда по тем или иным причинам объединение с поставщиками оказывалось невозможным, старались иметь дело не с одним, а с множеством поставщиков, чтобы не попасть в зависимость от какой-то одной фирмы-поставщика. Так, американцы еще 15—20 лет назад практиковали закупки одних и тех же материалов, комплектующих изделий у 8—10 поставщиков. Объяснялось это неписаное правило стремлением к независимости от поставщиков и обеспечению ценовой конкуренции между ними за возможность продолжения поставок.

Перенос акцента на качество продукции и появившаяся тенденция к децентрализации производства существенно изменили отношение к поставщикам. Желание обеспечить стабильность качества диктует необходимость иметь 1—2 поставщиков по каждому виду материалов, комплектующих изделий, а не 8—10, как это было недавно. Почему выгоднее иметь одного поставщика?

Во-первых, обеспечивается стабильность технологических процессов производства собственной продукции. Известно, что даже по одной и той же нормативно-технической документации разные поставщики поставляют продукцию с разными свойствами. Колебания показателей будут находиться в пределах отклонений, допускаемых нормативно-технической документацией, но они неизбежны. При нынешних, ранее невиданных требованиях к уровню дефектности (десятые, а то и сотые доли процента), различия в свойствах материалов, получаемых от разных поставщиков, становятся недопустимыми. И покупатель машиностроительной продукции, например, узнав, что изготовитель покупает один и тот же материал у множества поставщиков, уже только в силу этого будет испытывать к нему недоверие. А если выяснится, что выбор поставщика осуществляется на основе ценовой конкуренции, то серьезный покупатель просто откажется дальше иметь дело с таким изготовителем.

Во-вторых, работая с одним поставщиком, можно организовать с ним серьезное взаимодействие. Оно может заключаться:

- в оказании управленческой и технологической помощи по внедрению систем управления качеством, новых средств и методов контроля;

- в проведении эпизодических проверок эффективности действия систем обеспечения качества у поставщика и частичной или полной ликвидации собственного входного контроля благодаря этому;

- в оказании помощи поставщику в проведении исследований, направленных на повышение качества поставок, или совместном проведении таких разработок.

В-третьих, работая с одним поставщиком и добившись того, чтобы в его поставках фирма занимала значительный удельный вес (стремятся привязать к себе поставщика таким образом, чтобы заказы данной фирмы составляли не менее 50—60 % в его объеме продаж), получают возможность поставить себе на службу интеллектуальные ресурсы поставщика. Японцы добились в этом отношении блестящих результатов. Когда компании необходимо получить какие-то новые свойства материалов, узлов, поставляемых со стороны, ее работникам не приходится самим этим заниматься. Это делают специалисты фирм-поставщиков. Не желая потерять заказ, они добиваются немислимых результатов. Моритани справедливо замечает по этому поводу, что фундамент технического прогресса в Японии значительно шире, чем на Западе. В творчестве участвуют не только специалисты крупных корпораций, но и работники десятков тысяч мелких фирм, работающих на каждую из этих крупных компаний.

Другой причиной изменения отношения к поставщикам, как уже отмечалось, явилась тенденция к децентрализации производства, к появлению множества мелких фирм, изготавливающих какие-то узлы, детали для крупной фирмы. Выделяя из своего состава эти мелкие фирмы или помогая им оформиться, компании не стремятся сохранить за собой право руководства этими фирмами-спутниками, потому что компетентное руководство потребует от менеджеров корпорации внимания, которое они с большей пользой для дела уделяют решению принципиальных для корпорации проблем. Желая в то же время, чтобы поставщики стремились и были способны динамично реагировать на постоянно меняющиеся требования, компания зачастую берет на себя оказание финансовой помощи при реорганизациях, поручительство перед банками при получении кредитов, выступает гарантом стабильности сбыта. В итоге поставщика удерживают благодаря заинтересованности в продаже или сотрудничестве, а не насильственными мерами подчинения. Мелкие поставщики, стабильность которых обеспечивают

корпорации, расплачиваются за это значительной частью своей прибыли. Будучи привязанными к компании, они вынуждены принимать те цены, которые они им диктуют.

В тех случаях, когда поставщиком является крупная компания, с ней тоже стремятся установить долгосрочные взаимосвязи. Одним из видов таких взаимосвязей является взаимное приобретение акций. Это могут быть несколько процентов из всего пакета или больше. Важна здесь не столько величина доли, сколько взаимная уверенность в обоюдной заинтересованности в успехе партнера. Сейчас уже не только в Японии, но и во многих развитых странах стремятся к установлению подобного рода долгосрочных горизонтальных межфирменных связей. Случайные межфирменные контакты, которые были характерны для эпохи чистого рынка с ее технически несложным производством, теперь становятся невозможными. Планирующая система требует достаточно динамичных, но в то же время стабильных отношений.

Заказчик и поставщик обычно руководствуются при установлении долговременных связей следующими принципами:

1. Заказчик и поставщик несут полную ответственность за проведение контроля качества при взаимном доверии друг к другу.

2. Заказчик и поставщик являются независимыми и каждый с уважением относится к независимости другой стороны.

3. Заказчик несет ответственность за предоставление достоверной информации и предъявляет четко установленные требования к поставщику.

4. Между заказчиком и поставщиком должен быть заключен контракт, определяющий качество продукции, ее количество, стоимость, сроки поставки и способ платежа.

5. Поставщик несет ответственность за обеспечение качества, отвечающего требованиям заказчика, а также за непосредственное предоставление по просьбе заказчика необходимой и точной информации.

6. Заказчик и поставщик заблаговременно устанавливают методы оценки различной продукции, отвечающие требованиям обеих сторон.

7. Заказчик и поставщик совместно разрабатывают механизм и методы разрешения спорных вопросов и разногласий.

8. Заказчик и поставщик обмениваются информацией, обеспечивающей наиболее эффективное проведение контроля качества с учетом интересов каждой стороны.

9. Заказчик и поставщик в целях поддержания дружеских и деловых взаимоотношений, отвечающих интересам обеих сторон, осуществляют функции контроля, включающего предоставление заказов, планирование производства, планирование заказов, ведение делопроизводства.

10. Заказчик и поставщик при заключении деловых соглашений руководствуются прежде всего интересами потребителя.

Выбирая поставщика, заказчик должен знать о нем следующее:

1. Основные принципы деятельности фирмы-поставщика, на которые ориентируется не только руководитель, но и его штат. В том случае, если поставщик является мелким или средним предприятием, заказчик знакомится с основными принципами, являющимися определяющими не только для руководителя фирмы, но и его штата. Заказчик должен также знать главу фирмы и его штат с точки зрения их личных качеств, знания производственных проблем, способности управлять.

2. Степень заинтересованности поставщика в заказчике.

3. Организации, с которыми поставщик имеет договорные обязательства на настоящий момент, и их мнение о его продукции.

4. Историю предприятия поставщика и его последние достижения.

5. Виды продукции, на производстве которых специализируется поставщик.

6. Оборудование поставщика, процессы и производственные мощности.

7. Систему обеспечения качества и программы подготовки и обучения кадров в области управления качеством.

8. Методику проведения контроля за поставками сырья и выполнения работ по субподряду.

Если проанализировать эти принципы, то нетрудно заметить, что они направлены на предотвращение нежелательных результатов, в том числе некачественных поставок. На Западе господствовали взаимоотношения, при которых главное внимание уделялось ответственности виновника за неудачу. Но, поскольку изменилось отношение к качеству, ущерб в будущем от потери фирмой доброго имени стало невозможно компенсировать никакими взысканиями с поставщика, если по его вине произошла неприятность. Можно взыскать уже имеющий место ущерб, но нельзя компенсировать будущие потери, размер которых неизвестен. Поэтому десятилетиями считавшийся надежным механизм взаимной ответственности, регрессных исков теперь оказывается недостаточным. Центр тяжести переносится с разбирательств в том, кто виноват, на предотвращение неудач. И здесь опять-таки нельзя не сослаться на японские методы взаимоотношений, ориентирующиеся на неформальные, доверительные связи, а не на положения права. На всю Японию приходится 12 500 адвокатов, в то время как в США только в Манхэттене их около 30 000. Японцы практически не прибегают к судебным процедурам. И для этого есть еще одна причина — сам факт судебного разбирательства по поводу качества материалов, используемых компанией, для ее покупателей

может послужить предостережением против покупок. Гораздо лучше, если покупатели уверены, что продукция компании изготовлена из безупречных по качеству материалов и комплектующих изделий.

Теперь перейдем к взаимоотношениям с фирмами-заказчиками. Это сфера маркетинговой деятельности, подробно описанной во множестве специальных работ. Мы здесь хотим остановиться лишь на некоторых аспектах этих отношений, отражающих предпочтительные долгосрочных интересов сиюминутным.

Во-первых, «верность клиенту». Допустим, компания поставляет какую-то продукцию своим заказчикам на оговоренных условиях и вдруг появляется новый покупатель, который предлагает более выгодные условия. Его предложение будет отклонено, если оно может принести ущерб тому клиенту, с которым договор был заключен ранее. Это не такая уж редкая ситуация. Например, на литейном заводе есть определенные мощности, которые используются в данный момент на 80 %. Появляется заказчик, который своим заказом может обеспечить загрузку 50 % мощности предприятия. Для того, чтобы выполнить новый заказ, необходимо отказаться от какой-то части старых заказов. Выгодно литейному заводу принять новый заказ? Безусловно, ведь он загрузит свои мощности на 100 % и за счет этого снизит издержки и повысит прибыль. Кроме того, иметь дело с одним крупным заказчиком всегда проще, чем с несколькими мелкими. Но в этих рассуждениях не учитываются будущие потери от того, на первый взгляд, безусловно выгодного решения. Оставшиеся заказчики, столкнувшись с неуважительным отношением компании к своим клиентам, с пренебрежением их интересами, будут стараться найти себе других поставщиков. Даже тот новый заказчик, которому отдали предпочтение, тоже будет знать, что, появившись завтра другой, еще более выгодный клиент, и предпочтение окажут ему. Компания, заслужив репутацию ненадежного партнера, растеряет своих заказчиков. Поэтому, несмотря на кажущуюся выгоду, серьезная фирма ни при каких условиях не откажется от своего клиента.

Раньше, при ненасыщенном рынке, пренебрежение интересами клиентов рассматривалось как естественное поведение. Заплатили неустойку за нарушение обязательств перед прежним клиентом и разошлись. Если выгода от заключения новой сделки превышает неустойку за расторжение старой, то кто же осудит менеджера, заботящегося об интересах своей компании? Насыщенный рынок изменил отношение к клиенту. Отдавая предпочтение интересам клиента и неся в связи с этим краткосрочные потери, сохраняют его для себя и выигрывают в долгосрочном плане. Роджерс в своей книге «ИБМ: Взгляд изнутри» [4] приводит такой пример. Главный компьютер одной компании вышел из строя из-за маленькой

и до смешного дешевой детали. Но ее не было в городе и даже в штате. «ИБМ» послала на другой конец Америки реактивный самолет, доставивший деталь. Через сутки компьютер работал. Причем сделано это было после истечения гарантийного срока, т. е. компанию ничто не заставляло так поступить. Но, затратив большие средства на ремонт, «ИБМ» упрочила свою репутацию надежного партнера и не только сохранила в качестве потенциального заказчика эту компанию, но и приобрела много других будущих заказчиков, так как информация об этом случае разошлась среди эксплуатационников ЭВМ мгновенно.

Считается недопустимым изменить цену на продукцию, систематически приобретаемую клиентом, без заблаговременного предупреждения. В некоторых странах интервал времени составляет 3—6 месяцев. Иногда этот интервал определяется договором. Но в любом случае повышение цен не должно застать клиента врасплох.

Свободное установление цен в том варианте, который реализуется сейчас в нашей стране, рассматривалось бы как некорректное отношение к клиенту. Иногда в нашей литературе проскальзывает мнение, что все эти заверения в преданности клиенту есть не что иное, как реклама, а на самом деле, мол, каждый радует только о своих интересах. В этих суждениях проявляется непонимание того, что именно речение о собственных интересах и побуждает быть преданным клиенту. Просто интерес рассматривается в долгосрочном, а не в сиюминутном плане.

Вторым важным аспектом взаимоотношений с заказчиком является осознание того, что факт совершения покупки — не конец, а только начало взаимодействия. Тот же Роджерс формулирует это следующим образом: «ИБМ» не продает товары. Она продает решение проблемы» [4, с. 174]. Он имеет в виду, что удовлетворяются потребности заказчика, решаются его проблемы. Причем решают так, как если бы это были их собственные проблемы. Создавать иллюзию потребности, чтобы сбыть товар, запрещено. Например, клиент имеет в эксплуатации компьютер, решающий для него какие-то задачи. Специалист «ИБМ», приглашенный для поиска путей решения нового комплекса задач, мог бы посоветовать приобрести новый компьютер и тем самым обеспечить сбыт новой продукции. Но руководство фирмы ставит перед ним задачу прежде всего с максимальной добросовестностью поискать пути использования имеющейся машины. Возможно, ее придется оборудовать какими-то дополнительными устройствами, разработать новые пакеты программ. Важно найти максимально приемлемое для клиента решение, позволяющее ему с минимальными издержками удовлетворять потребность.

Представитель компании «ИБМ» должен знать все о новинках своей компании и о покупателе: его реорганизациях, капиталовло-

жениях. Клиент должен быть уверен, что, совершая покупку, он не только приобретает товар, но и вступает в контакт с людьми, способными решать любые его проблемы. В инструкции торговым представителям «ИБМ» сказано об отношении к клиенту: «Вы должны рассуждать так, как будто состоите на жаловании у потребителя». Понятно, что это не проявление альтруизма руководства «ИБМ», а ясное осознание того, что, только получив реальную выгоду от приобретения товара этой компании, покупатель в будущем снова захочет иметь с ней дело. «ИБМ» и после выполнения контракта относится к клиенту с таким же вниманием и заботой, как в период «ухаживания», когда тот был еще только потенциальным покупателем», — говорит Роджерс [4, с. 180].

Это внимание предполагает:

- организацию ремонта в послегарантийный период;
- разработку программ силами специалистов «ИБМ»;
- обучение персонала клиента;
- периодическое обследование компьютеров и выдача рекомендаций по поддержанию их в работоспособном состоянии и возможной модернизации;
- техническое консультирование;
- обеспечение запасными частями и т. п.

Мы привели пример из практики «ИБМ», но подобным образом стараются себя вести все компании, заботящиеся о своем будущем, причем получают от этого огромные прибыли. Множество специалистов по маркетингу сообщают, что прибыль их компании от послепродажного обслуживания выше, чем от продажи самой продукции. Так что заботиться о потребителе выгодно с точки зрения не только будущего, но и настоящего. Причем выгода обоюдная. Ее основой является разделение труда. Специалисты компании-поставщика выполняют работы по обслуживанию с меньшими издержками, чем работники компании-покупателя. Разница в издержках и является источником получения выгоды обеими сторонами. Например, «ИБМ» берет на себя обязательство устранять любые отказы в течение 24 часов. Имея высококвалифицированных специалистов, большой набор запасных частей, она в состоянии выполнять это обязательство. Кроме того, сами занимаясь устранением неполадок, специалисты фирмы постоянно вносят изменения в конструкцию, обеспечивающие сокращение затрат на обслуживание. «Обслуживание встроено в товар». К моменту выпуска товара на рынок обучают персонал его обслуживать, разрабатывают средства диагностики, графики профилактических осмотров и ремонтов. Нередко специалисты по техническому обслуживанию работают в цехах, изготавливающих новое оборудование, и узнают благодаря этому все тонкости конструкции. Существует еще система дистанционного обслуживания, когда



покупатель удален от техцентров «ИБМ». Работники фирмы-покупателя при возникновении неполадок могут бесплатно позвонить в службу дистанционного обслуживания, и специалисты высочайшей квалификации, имеющие доступ к всемирному банку данных, отыскивают сходные случаи и дают рекомендации либо присылают людей для ремонта. Опыт показывает, что в 85 % случаев достаточно телефонной консультации. Так что 24-часовая гарантия обоснованна, и покупатель согласен хорошо ее оплачивать. Покупатель получает выгоду прежде всего от сокращения времени простоев и от удешевления самого устранения отказов. Общество в целом выигрывает, потому что снижение издержек на удовлетворение нужд компании-потребителя приводит к удешевлению ее продукции.

Третий аспект взаимоотношений с фирмами-покупателями заключается в организации постоянного изучения их мнения о товаре и его послепродажном обслуживании. Методов изучения множество, и они описаны достаточно хорошо. Мы хотели бы отметить лишь некоторые, характерные для продукции промышленного назначения.

Периодически проводятся конференции покупателей. Когда такие конференции организуют крупные компании, в них могут принимать участие сотни и даже тысячи специалистов. Покупатели высказывают свои мнения о качестве продукции и ее обслуживании. Компания знакомит покупателей со своим производством, с новыми разработками. Специалисты покупателя охотно участвуют в таких конференциях, так как им предоставляется возможность расширить кругозор, пообщаться между собой и со специалистами компании. В результате нередко рождаются ценные идеи.

Проводится учеба для руководителей компаний-покупателей с привлечением лучших специалистов, представителей правительства. Организуются эти мероприятия на таком уровне, что участие в них становится престижным для приглашенных. Они имеют возможность общаться между собой, с представителями науки, администрации.

Специалисты покупателя привлекаются к разработке новых моделей, испытанию их. Польщенные вниманием, возможностью реализовать свои идеи, они с полной самоотдачей участвуют в такой работе. И когда новая модель появится на рынке, они в своих компаниях будут лучшими агитаторами за совершение покупки.

Осуществляя эти и им подобные мероприятия, компании получают возможность использовать богатейшие интеллектуальные ресурсы для повышения конкурентоспособности своей продукции и одновременно завоевывают симпатию покупателей внимательным отношением к их мнению.

Четвертый аспект заключается в стремлении решать проблемы потребителя комплексно. Если компания изготавливает средства

для неразрушающего контроля проката, то она предложит покупателю не только свою собственную продукцию, но и проект ее установки, поставку механо- и электрооборудования, необходимого для применения средств контроля. Она тем самым избавит своего покупателя от необходимости подыскивать квалифицированных проектантов, согласования технических требований с отдельными поставщиками и проверки качества их продукции. Все это возьмет на себя компания, поставляя целый комплекс для организации неразрушающего контроля и получая за дополнительную работу соответствующее вознаграждение. Решая комплексно проблемы покупателя, компания одновременно расширяет рынок сбыта собственной продукции и получает дополнительную прибыль от оказания ею инжиниринговых и посреднических услуг.

Наконец, следует отметить стремление к установлению с покупателем неформальных, личностных отношений. Тот же Роджерс говорит, что менеджеры часто вздыхают по прошлым патриархальным временам, когда между владельцами мелких мастерских и лавочек складывались личностные отношения. Они могли помочь друг другу в трудный момент, поверить на слово. Эпоха массового производства с ее огромными бюрократизированными корпорациями привела к отмиранию личностных связей. Обновляющиеся, преуспевающие компании добиваются возобновления прежних неформальных отношений с покупателями, потому что это тоже один из способов завоевать их.

Теперь перейдем к взаимоотношениям компании-изготовителя с посредниками, если таковые имеются. Когда речь идет о крупных повторяющихся заказах или продукции индивидуального изготовления, то компания напрямую, без посредников вступает в контакт с потребителем. Но так бывает далеко не всегда. В большинстве случаев производителю выгоднее поручить поиски покупателя и доставку товара посредникам. Использование посредников объясняется опять-таки непревзойденной эффективностью разделения труда. Благодаря своим контактам, опыту, наличию специализированных средств хранения, транспортировки, погрузки посредники со значительно более низкими издержками выполняют те работы, которые должна была бы проделать фирма, продвигая товары к потребителю. Чем же характеризуются взаимоотношения с посредниками на современном этапе?

Стремлением к созданию устойчивых каналов распределения. Каналом распределения называется совокупность фирм или отдельных лиц, которые принимают на себя или помогают передать кому-то другому право собственности на конкретный товар или услугу.

Раньше каналы распределения состояли из независимых друг от друга участников. Компания-изготовитель вступала в контакт с

оптовыми посредниками, те подыскивали розничных продавцов, которые в свою очередь находили покупателя. Каждый из участников канала заботился только о своих интересах, без колебания прекращая участие в данном канале распределения, если этим интересам что-то угрожало.

Маркетинговая стратегия заключается в объединении всех участников распределения в единую устойчивую систему. Существует два типа таких систем — вертикальная и горизонтальная маркетинговые системы. Рассмотрим сначала вертикальную маркетинговую систему, в которой один из участников распределения (изготовитель, оптовый или розничный торговец) является лидером. Это лидерство может быть основано на праве собственности. Например, фирма-производитель владеет и руководит работой предприятий розничной торговли. Или, наоборот, ассоциация розничных торговцев имеет в собственности одно или несколько предприятий-поставщиков. В этом случае система называется корпоративной.

Договорная система состоит из независимых участников, связанных договорными отношениями, направленными на достижение определенной цели. Они взаимодействуют в соответствии с совместно разработанной стратегией. Разработчиком программы может быть и оптовик, и кооператив розничных торговцев, и производитель.

Управляемая система координирует деятельность не в силу единого права собственности или договора, а за счет мощи и влияния одного из участников.

Наряду с вертикальными в последнее время получили распространение горизонтальные маркетинговые системы, когда несколько фирм-изготовителей одного профиля объединяют свои усилия для создания единого канала распределения. Это позволяет им взять его под свой контроль, не вкладывая чрезмерно больших средств. Горизонтальные системы могут быть и многоканальными, когда одна фирма использует несколько каналов для обслуживания разных типов заказчиков.

Принимая решение о структуре канала, учитывают следующие факторы:

- размеры рынка. Если рынок небольшой, то нет необходимости в посреднике-оптовике. На крупном рынке он необходим, так как появляется возможность иметь достаточные запасы и удешевить транспортно-разгрузочные работы;

- уровень специализации рынка. В сельской местности приходится привлекать торговцев широкого ассортимента, что в какой-то мере ухудшает условия хранения и представления товара. В городах, особенно крупных, больше возможностей для привлечения торговцев ограниченного ассортимента;

- возможность исключительного лидерства, когда посредник соглашается продавать товары только данного производителя, не принимая к распределению товары фирм-конкурентов. В свою

очередь, производитель ограничивает круг посредников, направляя свои товары только избранным им дилерам.

Стремление участников каналов распределения к объединению в устойчивые системы объясняется опять-таки приоритетностью долгосрочных интересов. Планирующая система втягивает в свою орбиту даже такие, казалось бы, чисто рыночные структуры, как торговые компании. Торговым компаниям выгодно работать в составе устойчивых систем, потому что обеспечивается более полное использование всех видов их ресурсов (оборудования, торговых и складских помещений, людей), появляется возможность современного технического оснащения. Все это вместе взятое позволяет снижать издержки.

Особый интерес представляет новая роль посредников во внешней торговле. Внешняя торговля всегда требовала создания крупных торговых объединений. Знаменитая средневековая Ганза, венецианские, флорентийские купеческие компании и позднее Ост-Индская компания уменьшали риск, транспортные издержки купцов. И в настоящее время только очень крупные компании-изготовители могут позволить себе самостоятельно заниматься внешней торговлей, иметь свои собственные представительства, сбытовые филиалы в других странах. Обычно же этим занимаются крупные экспортно-импортные компании. В чем же заключается их новая роль?

Рассмотрим ее на примере торговых домов Японии («сого сеся»). Их всего в Японии около десятка, но на их долю приходится 70 % экспортно-импортного оборота. Например, годовая выручка от продаж дома «Сумитома седзи» составляет 17 000 млрд иен, а прибыль — 44,3 млрд иен. Вот их основные функции:

- создание разветвленной международной сети по проведению экспортно-импортных операций. Для клиентов зачастую эти операции превращаются в бартерные, так как взамен проданной в одну страну продукции они получают требуемое им из любой страны мира. Мелкие компании-изготовители избавляются от необходимости заниматься тем, в чем они некомпетентны;

- создание сети послепродажного обслуживания во всех странах, куда поставляется японская продукция;

- сбор информации о мировом рынке, прогнозирование предстоящих изменений конъюнктуры и выдача рекомендаций связанным с ними фирмам о структурных изменениях;

- доработка товаров с учетом специфики каждой страны-импортера;

- инвестирование в средние и мелкие компании, ведущие реконструкцию по рекомендациям торгового дома;

- финансирование научных разработок, которые не под силу мелким компаниям, если эти разработки направлены на реализацию проектов дома;

- посредничество между третьими странами.

Как видим, роль таких компаний не только посредническая. Они выступают в роли организатора международного разделения труда. Взяв сравнительно небольшую плату за свои услуги (в среднем около 3 %), они привлекают огромное количество желающих пользоваться их посредничеством.

Такие крупные экспортно-импортные компании, конечно, не чисто японское явление. Они существуют и в других странах, но в Японии имеют больший удельный вес во внешней торговле. Сейчас этот опыт изучается всеми.

Переход от государственной монополии внешней торговли в нашей стране к самостоятельному выходу на экспорт любого товаропроизводителя произошел, к сожалению, без учета того опыта, который накоплен за рубежом. А этот опыт, как видим, свидетельствует об эффективности крупных внешнеторговых объединений.

## ГЛАВА 5. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ РОЛЬ ГОСУДАРСТВА

### 5.1. Государственное планирование

Рассматривая взаимосвязи целей общества и крупных корпораций (1. 7), мы уже отмечали, что современное общество не может не вырабатывать к ним единых требований. Действуя несогласованно, корпорации нанесут вред и себе, и обществу в целом.

Выработка общих целей и согласованность действий обеспечивается государственным планированием. Широко известно, что сама идея государственного планирования — одно из фундаментальных марксистских положений об устройстве нового общества — длительное время рассматривалась западными экономистами как нереализуемая и подрывающая основы свободного предпринимательства. Необходимость концентрации усилий промышленности на решении оборонных задач уже во время первой мировой войны вынудила правительства Англии, Франции, России и Германии заниматься тактическим планированием, координацией деятельности отдельных отраслей и предприятий. Но это рассматривалось как вынужденная мера в чрезвычайной ситуации, и намерений продолжить согласованные действия после окончания войны предприниматели не имели. Разработка и успешное выполнение первого пятилетнего плана в СССР обратили внимание наиболее дальновидных буржуазных экономистов на колоссальный потенциал, заложенный в планировании. В появившихся в последнее время в нашей печати «разоблачительных» статьях о фактическом невыполнении пятилетних планов, возможно, без злого умысла затушевывается тот факт, что гигантский рывок в промышленном развитии страны был бы невозможен без пятилетних планов.

Несмотря на то, что намеченные рубежи по целому ряду позиций действительно не были достигнуты, продвижение вперед было настолько бесспорным, что саму идею долгосрочного планирования можно было считать успешно реализованной. Именно так оценивали результаты первой пятилетки разработчики «нового курса» Рузвельта Т. Вебли, Р. Тачвелл, А. Берли. И неудивительно. В то время как вся капиталистическая система была поражена невиданным кризисом, в нашей стране шло бурное развитие промышленности. И хотя теперь стало известно, что эти быстрые темпы обеспечивались не только за счет плановости действий и энтузиазма народа, но и за счет недопустимого обнищания

сельского хозяйства, все-таки положительная роль планирования вряд ли может быть оспорена.

Участие государства в экономической жизни через планирование, ценообразование, ограничение свободы действий частных собственников стало важным компонентом «нового курса», позволившего США выйти из тяжелейшего за всю историю кризиса. «Отрезвляющая правда состоит в том, что основная доля ответственности за те безумства, в которых оказалась западная цивилизация, ложится именно на охватившее всех индивидуалистическое мировоззрение. И какими бы достоинствами не обладало это вероучение во времена примитивного земледелия и промышленности, оно более неприменимо в век технологии, науки и рационализированной экономики. Будучи когда-то полезным, оно превратилось в угрозу для общества», — писал Чарльз Бирд в 1929 г., обосновывая необходимость общественного вмешательства в экономику [65, с. 73]. Аналогичные суждения о целесообразности государственного вмешательства высказывал крупнейший американский философ Дьюи: «Склонность сводить весь вопрос о свободе к тому, что индивид и государство являются противоборствующими полюсами, принесла горькие плоды» [65, с. 73]. Активно поддерживал «новый курс» Кейнс.

Итак, важнейший урок, извлеченный из кризиса теоретиками и практиками капиталистического мира, заключался в необходимости социализации экономики. В разных странах по-разному воспользовались этим уроком. В Западной Европе после второй мировой войны в наибольшей степени государственное планирование как инструмент вмешательства общества в экономику применялось во Франции, в определенной мере — в Италии, Германии, Великобритании. В США после смерти Рузвельта произошла смена курса и только в 60-е гг. начали снова возвращаться к этим идеям. Очень успешно используют государственное планирование в Японии. На примере Франции и Японии мы и рассмотрим, что же представляет собой современное государственное планирование. Начнем с Франции.

Французская система планирования прошла три этапа. Первый охватывает восстановительный послевоенный период, когда был принят обязательный план, во многом копировавший по своему содержанию советские планы. По мере устранения дефицита отпала необходимость в жестком количественном определении заданий отраслям и предприятиям и в контроле за их выполнении. Середина 60-х гг. была ознаменована переходом к индикативному планированию, при котором государство и частный сектор координировали свои позиции. Намеченные в плане темпы развития отраслей помогали предприятиям, компаниям разрабатывать свою стратегию. При таком планировании контроль за достижен-



ем намеченных рубежей не требовался, так как планы теряли характер обязательных. Сейчас наступил третий этап — этап стратегического планирования. Стратегическое планирование заключается в определении целей и разработке программ, направленных на их достижение. Так, в 10-м плане экономического развития Франции на 1989—1992 гг., утвержденном Национальным собранием по докладу премьер-министра, установлены следующие цели:

- укрепление национальной валюты;
- обеспечение занятости;
- развитие образования, научных исследований (космические программы, высококачественное телевидение и т. п.);
- социальная защита населения;
- обустройство территории (скажем, сооружение скоростных железных дорог, в чем французы опередили всех, даже японцев);
- совершенствование государственного аппарата.

В таком плане не приводятся цифры, которые характеризовали бы степень устойчивости валюты, но намечаются крупные мероприятия, направленные на ее стабилизацию. В нем не указывается, сколько километров скоростных дорог, где конкретно и в какие сроки должно быть построено, но представлена программа действий по обеспечению возможности расширения их сети. Разработкой этого плана занимался специальный коммисариат во главе с государственным секретарем по планированию. К разработке плана привлекались не только штатные работники коммисариата, но и представители финансовых кругов, министерств, профсоюзов. По каждому разделу плана создавалась специальная комиссия. Консультировал разработчиков специальный европейский комитет, в который входили представители деловых, научных и политических кругов Великобритании, ФРГ, Италии, Испании, Португалии, Нидерландов [66]. Суть современного французского планирования заключается в оказании влияния на развитие экономики. Управление посредством влияния и создания условий, а не по приказу. Потому что тот, кто приказывает, должен нести ответственность за результаты исполнения этих приказов. На определенных этапах (кризисы, послевоенная ситуация) такой метод дает наиболее быстрые результаты, но в долгосрочном плане он недостаточно эффективен. Поэтому Франция и перешла к планированию через влияние. Но самое ценное заключается в том, что сохранилось главное — определение общенародных задач, от которого, к сожалению, отказались мы, ликвидировав Госплан.

В очередной раз приходится отмечать, что вместо устранения недостатков какого-то механизма, мы упраздняем сам механизм.

Госсекретарь Франции по вопросам планирования Л. Столерю так объясняет необходимость планирования: «Рынок сам по себе не

решает целого ряда проблем, например, социального единства страны, которое предполагает существование экономической системы, основанной на солидарности. Кроме того, он не обеспечивает проведения научных исследований, и в этом отношении государству приходится играть очень важную роль. Рынок не решает также ряда долгосрочных проблем, таких, как создание сети телекоммуникаций, инфраструктуры воздушного, железнодорожного и автомобильного транспорта, иными словами, того, что касается нужд всего общества и имеет огромное значение для будущего любой страны» [67]. К перечню проблем, не решаемых рынком, начатому Л. Столерю, можно добавить проблемы экологические, энергетические, внешнеэкономические, а также проблемы обеспечения народного хозяйства квалифицированными трудовыми ресурсами и сырьем.

Роль государственного плана заключается не только в обозначении общенародных целей, но и в координации деятельности будущих участников программ, направленных на достижение этих целей. Поучителен опыт США, которые под влиянием идеологического противостояния после второй мировой войны стали сворачивать государственное воздействие на экономику, справедливо считая его элементом социализации. Однако, хорошо понимая необходимость межфирменной кооперации при решении важных общенародных задач, они решили поручить эту межфирменную кооперацию не государственным органам, а крупным компаниям, наделив их функциями генерального подрядчика. Между тем с первыми же попытками внедрения подобных систем появились сообщения, что корпорации-координаторы используют новые экономические и административные рычаги не столько для решения общенародных задач, сколько в своих собственных интересах: открывают новые производства, вытесняют с рынка конкурентов с помощью компаний-соучастниц по проекту, оставляют в своем распоряжении львиную долю капиталов, выделяемых правительством, и т. д. Таким образом выяснилось, что рыночные приемы не годятся для решения общенародных экономических задач. Один из ведущих американских специалистов по управлению Питер Дракер, например, отмечает, что задачи научно-технического развития становятся «центральной функцией не одной лишь сферы бизнеса, а всего общества в целом, и от его качества начинает зависеть существование самого общества» [68]. Во Франции координирующая роль государственного планирования давно уже не вызывает сомнения. Премьер-министр Франции М. Рокар, представляя Национальному собранию 10-й пятилетний план, даже назвал его «планом предприятия, именуемого «Франция». И в этой аллегории есть смысл. На фоне сегодняшнего мирового рынка с его транснациональными компаниями даже такая страна, как Франция, может выглядеть предприятием. Ведь весь ее валовой национальный продукт всего

лишь в 7 раз превышает оборот «Дженерал Моторс», работающей по единому плану. Понимание необходимости планирования как способа координации усилий в Западной Европе стало настолько всеобщим, что по целому ряду вопросов ее страны вышли на уровень наднационального планирования. Так, уже в начале 80-х гг. Совет министров ЕЭС был единодушен в том, что координация научно-исследовательских работ должна рассматриваться как главная составляющая политики Сообщества, нацеленной на повышение конкурентоспособности европейской промышленности. В 1984 г. была принята первая трехлетняя европейская программа с участием 12 ведущих компаний ЕЭС, занятых в сфере новейшей технологии. Эта программа носила рекомендательный характер и предусматривала выделение из бюджета ЕЭС 3,75 млрд экю, из которых 50% расходовалось на развитие НИР в области энергетики. В настоящее время в ЕЭС действует целый комплекс программ, рассчитанных на 1990—1994 гг. [69]. И можно не сомневаться, что стремление к созданию в Западной Европе единого экономического пространства приведет к вовлечению в сферу наднационального планирования и других отраслей, в результате чего постепенно сформируется комплексный план экономического развития Сообщества.

Японское государственное планирование характеризуется своими отличительными чертами.

Первая из них — одновременная разработка долгосрочных и среднесрочных планов. Так, в 1986 г. был утвержден «Четвертый комплексный план национального развития», рассчитанный на период до 2000 г. Какие основные цели преследовал этот план? Децентрализацию промышленности, реконструкцию городов, развитие социальной инфраструктуры, улучшение качества жизни народа, стимулирование развития отраслей передовой технологии, прежде всего в рамках технополисов, создание высокоразвитого информационного общества. По оценке многих специалистов, это самый грандиозный план самообновления, который принимался какой-либо страной.

Сам перечень задач объясняет, почему появилась нужда в плане, рассчитанном на 15 лет. Возьмем задачу децентрализации промышленности, тесно связанную с реконструкцией городов. Одной из причин постановки такой задачи является объективно существующая тенденция к децентрализации промышленности, о которой упоминалось ранее. Вторая причина — стихийно сложившаяся неравномерность распределения промышленности на территории Японии. Практически вся промышленность сосредоточена на тихоокеанском побережье, что создает неимоверную плотность населения на сравнительно небольшой территории. Отсюда масса экологических, транспортных и прочих проблем. Целесообразность

более равномерного распределения промышленности по стране не вызывает сомнения. Но решать эту задачу под силу только обществу в целом, так как для этого требуются капиталовложения, которые, безусловно, окупятся, но только через длительный промежуток времени. Указанным пятнадцатилетним планом предусмотрено выделение для этой цели 7 триллионов дол. Естественно, в плане не расписано точно, когда, какие производства должны перемещаться и в какие города. Но, зная эту цель и получая соответствующую поддержку государства, компании начнут проработку проектов такой децентрализации и постепенно будут ее осуществлять. Стихийно этот процесс происходил бы менее рационально. Ценность стратегического плана зависит от того, насколько поставленные цели соответствуют объективно существующим тенденциям развития.

Планирование должно способствовать развитию благоприятных тенденций. Попытки же навязать такие изменения, к которым общественное производство не подготовлено, оказываются бессмысленными. Например, японцы решили создавать технополисы. Сама идея создания технополисов заимствована ими из американской и европейской практики. Технополисами принято называть города, где сосредоточены производства с передовыми технологиями, центры научных исследований и проектно-конструкторских разработок. Первый технополис возник стихийно в районе Сан-Франциско и получил название «Силиконовой долины» (Силикон-Вэлли). Там на небольшой территории постепенно сгруппировалось значительное количество исследовательских центров, предприятий, консультативных фирм, венчурных компаний. Этот стихийно сложившийся комплекс сыграл выдающуюся роль в развитии электронно-компьютерной промышленности в США. Новые «Силикон-Вэлли» возникают по всему миру. В Шотландии развивается Силикон Глен, в Англии — Милтон Кейнс и Кембридж. Франция создает технополис в Гренобле. ФРГ основывает технопарки в Штутгарте и Мюнхене. Не отстает и Юго-Восточная Азия. В Южной Корее создается технополис близ Сеула, в Китае — близ Гонконга и т. д. Япония решила превзойти всех, наметив создание 19 технополисов к 2000 г. Сейчас в мире науки идут споры, правилен ли этот путь. Окажется ли удачным то, что принесло пользу в развитии электроники, для развития микробиологии, мекатроники? Обо всем этом говорится в работе Тацуно «Стратегия — технополисы» [70]. Японцы рассматривают создание комплекса технополисов как способ прорыва в науке, преодоления положения имитаторов. Они понимают, что эпоха дешевого заимствования кончилась. В XXI в. будет впереди тот, у кого наиболее развита наука. Правильный ли они выбрали способ достижения цели, это другой вопрос. Но мы хотели показать на примере технополисов, каков уровень задач,

включаемых в долгосрочные планы. План будет считаться удачно выполненным независимо от того, будет технополисов к 2000 г. 19 или 12, если благодаря этому Япония сможет занять ведущее место по числу открытий, Нобелевских премий. И наоборот, он будет считаться провалившимся, если при 20 технополисах не будет значительных достижений в науке.

Кроме долгосрочных планов в Японии разрабатываются среднесрочные (3—5-летние) планы. Так, в 1988 г. был принят одиннадцатый за послевоенный период план на 1988/89—1992/93 финансовые годы. Он предусматривает сокращение гигантского положительного сальдо Японии во внешней торговле до приемлемого с международной точки зрения уровня, повышение качества жизни населения, территориальную децентрализацию экономики на основе развития периферийных районов страны, дальнейшую либерализацию внутреннего рынка, сокращение разрыва между внешними и внутренними ценами, развитие инфраструктуры, повышение научно- и информационности экономики. Определены следующие количественные ориентиры экономического развития: реальные среднегодовые темпы прироста ВВП — 3,75%, среднее количество отработанных за год рабочих часов — 1800 (сейчас 2100), среднегодовой рост розничных цен — 1,5%, норма безработицы — 2,5% [23].

Как видим, пятилетний план включает те же задачи, которые поставлены в долгосрочном плане, но они определены во времени. Это децентрализация производства, развитие инфраструктуры, повышение качества жизни населения и т. п. Но есть и другие задачи, которых не было в 15-летнем плане. Например, задача сокращения положительного сальдо во внешней торговле. Это чисто среднесрочная задача. Не было смысла включать ее в 15-летний план, но нельзя было не включить в 5-летний. Нельзя потому, что мировое сообщество не желает больше мириться с тем, что Япония значительно больше продает, чем покупает, превращая постепенно всех в своих должников. Формально Япония не нарушает никаких международных норм, систематически продавая значительно больше, чем покупая. Но превращая всех в своих должников, она делает их своими врагами. Поэтому японцы, не дожидаясь негативных реакций, сами принимают меры к сокращению дисбаланса внешней торговли. Это свидетельство экономической и политической прозорливости специалистов, разрабатывавших пятилетний план. А отсюда уже, естественно, вытекает задача либерализации внутреннего рынка для импорта с целью обеспечить сбалансированность торговли. И опять-таки главное в плане — не цифра, обозначающая величину сальдо, а само намерение к его снижению. И если темпы прироста ВВП окажутся не 3,75, а 3,5%, никто не будет считать план невыполненным. Потому что эти цифры не являются заданиями, а служат ориентирами.

Следующей особенностью японского планирования является технология разработки и исполнения планов. Ранее (см 1.7) мы уже отмечали роль «организационных мускулов японского бизнеса» в формировании внешней и внутренней политики Японии. Самая влиятельная из этих четырех экономических организаций — Федерация экономических организаций (Кейданден) — занимается как раз подготовкой долгосрочных и пятилетних планов. Ее комитеты и комиссии по отдельным отраслям промышленности и проблемам (промышленная политика, налоговая и монетарная политика, внешнеэкономическая политика и т. п.) обобщают и систематизируют информацию, добровольно направляемую всеми членами Федерации. Учитывая, что в эту Федерацию входит 118 национальных организаций добывающей и перерабатывающей промышленности, торговли и транспорта, финансовых организаций и 845 самых крупных частных корпораций, можно представить, какими «богачейшими» материалами располагает Федерация.

Анализируя тенденции внутренней и внешней экономической жизни, привлекая лучших специалистов, комиссии Федерации подготавливают предложения, которые потом внимательно рассматриваются министерствами при подготовке планов, и нередко идеи, предложенные Федерацией, превращаются в положения государственного плана. Не случайно в Японии совет этой Федерации называют «кабинетом министров делового мира Японии», а ее председателя — «премьером национального бизнеса». Руководители промышленности, активно участвующие в разработке государственного плана, потом принимают его к исполнению без принуждения. В этом опять-таки проявляется гибкость японцев. Американские менеджеры также понимают необходимость выработки единой для всех стратегии, но у них вызывает протест то, что разработкой стратегии будут заниматься государственные чиновники, недостаточно компетентные в реалиях экономической жизни. И эти опасения имеют под собой почву. Японские бизнесмены снимают это противоречие, сами добровольно участвуя в разработке стратегии. В итоге получают план, в значительной мере ими же подготовленный. А потом весь мир восхищается тем, как добросовестно японские бизнесмены относятся к реализации государственного плана. Потому так и относятся, что считают его своим детищем, понимают, что его исполнение принесет пользу каждой корпорации, если не в данный момент, то в будущем. Итак, необходимость централизованного планирования развития экономики страны не вызывает сомнений даже у самых убежденных рыночников Запада. И чем скорее в нашей стране будет преодолено нигилистическое отношение к планированию, тем с меньшими потерями наше народное хозяйство будет выбираться из экономического хаоса, в котором оно сейчас находится.

## 5.2. Участие государства в ценообразовании

Широко распространено мнение, что в рыночной экономике царит свободное ценообразование, при котором цены, подчиняясь закону равновесия между спросом и предложением, устанавливаются автоматически. Да, действительно, саморегулирование цен существует, но только на ту продукцию, которая создается в отраслях рыночной системы. А на продукцию планирующей системы, как отмечалось ранее, корпорации способны диктовать цены покупателю. Поэтому во всех странах с развитой экономикой, где планирующая система является господствующей, государство активнейшим образом участвует в ценообразовании.

Так, в США государством регулируется от 5 до 10 % цен. Цены на пшеницу, кукурузу, рис, кормовое зерно, арахис, хлопок, табак поддерживаются государством в определенных границах. Государство скупает избыточную продукцию при обильном урожае, чтобы не допустить разорения фермеров из-за низких цен, и дотирует при необходимости предприятия, перерабатывающие сельскохозяйственную продукцию, чтобы не допустить роста цен при неблагоприятных условиях. Такому же регулированию подвергаются цены на всю молочную продукцию, на сахар. Всего на регулирование цен на сельскохозяйственную продукцию в США расходуется 5% бюджета. Доля дотаций в цене колеблется от 15% на пшеницу до 35% на рис [71,72]. И это при том, что сельское хозяйство США признано во всем мире высокоэффективным. Государство следит за соотношением между ценами на фермерскую продукцию и ценами на товары, приобретаемые фермерами. Под контролем государства находятся цены на электроэнергию, железнодорожные тарифы. При превышении допустимых пределов темпов инфляции государство берет под контроль и другие цены. Так, при Никсоне цены на многие энергоносители были взяты под контроль государства. Вообще же сейчас США относятся к странам с наименьшим вмешательством в ценообразование, хотя в рузвельтовский период оно было достаточно активным. То же самое было при Дж. Кеннеди и Р. Никсоне. И сейчас в сенате США обсуждается вопрос о восстановлении регулирования всех транспортных тарифов. Для регулирования цен в США создано бюро цен, которое многие годы возглавлял Д. Гэлбрейт.

В Японии государство регулирует цены на рис, пшеницу (они утверждаются парламентом, настолько важным это считается), мясо и молочные продукты, железнодорожные тарифы, тарифы на водо- и теплоснабжение, электроэнергию и газ, стоимость образования и медицинского обслуживания. В целом регулируется 20% потребительских цен. Этим занимается специальное бюро цен.

В Европейском сообществе согласованное государственное регулирование цен на подавляющую часть (88—97% по разным



странам) сельскохозяйственной продукции (пшеница, ячмень, рожь, кукуруза, рис, подсолнечник, мясомолочная продукция, сахар, оливковое масло) осуществляется национальными органами. Специальная комиссия ЕС готовит предложения по минимальным и максимальным уровням цен, а решение принимает Совет министров ЕС. А дальше уже в пределах того интервала, который установлен ЕС, каждая страна Сообщества устанавливает свои цены или интервал цен. Европейское общество угля и стали устанавливает обязательные для всех стран-участниц цены на черные металлы, потому что они в значительной мере определяют цены на всю машиностроительную продукцию. Всего в рамках Сообщества устанавливается до 15% цен. Рассмотрим еще несколько европейских стран.

Начнем с Франции, в которой регулирование цен, как и государственное планирование, особенно развито.

Вплоть до конца 70-х гг. цены на большинство товаров французского рынка определялись или контролировались государственными органами. В настоящее время государство регулирует цены на энергоносители, общественный транспорт, связь, на все виды продуктов питания, жилье, медицинскую помощь и услуги, имеющие социальное значение [73]. При темпах инфляции выше 4% правительство имеет право прямо устанавливать цены на жизненно важные для населения продукты. В настоящее время регулированию подвергается около 1/4 всех цен [74]. Занимается ценообразованием департамент по конкуренции министерства экономики и финансов.

В Швейцарии очень велика доля цен, подлежащих государственному регулированию. Продукция, продаваемая по регулируемым ценам, составляет около 50% объема всей товарной продукции. Цены на все пищевое и кормовое зерно, сахарную свеклу, рис, картофель, мясо попадают в эту категорию.

В Швеции государство жестко регулирует закупочные цены на такие виды продукции, как зерно, молоко, яйца, рыба, и держит под контролем цены на жилье, транспорт, энергию, сырье, связь. Особенное внимание уделяется ценам на рыбу. Государство устанавливает верхнюю и нижнюю границы. Если улов превышает потребности рынка и цена падает, то продавцам рыбы (рыболовам) гарантируется ценовая надбавка. Зато при недостаточном количестве рыбы на рынке они не могут поднимать цены выше оговоренного уровня [75].

В ФРГ государство тоже активно участвует в формировании розничных цен потребительского сектора. Всего под контролем государства находится около 50% розничных цен и, конечно, среди них цены на продукты питания и другие товары первой необходимости [76].

В Финляндии под контролем государства находятся цены на продукты питания, зерно, энергоносители, вино-водочные изделия, транспорт, все виды связи [77].

Предлагаемый читателю краткий обзор имеет своей целью показать масштабы участия государства в формировании цен и направленность этого участия.

Во-первых, нетрудно заметить, что в той или иной степени, но везде государство берет под контроль цены на продукты питания, поскольку это самая неотложная жизненная потребность. Причем это не ново. И в Древнем Риме, и в средневековой Европе, и в России цены на хлеб всегда находились под контролем правительства. Рабочий день Екатерины II начинался с ежедневного доклада полицмейстера о ценах на продукты питания в крупнейших городах Российской империи. По мере роста благосостояния перечень продуктов питания, за ценами на которые следило государство, расширялся, но традиция оставалась неизменной. В нормальной ситуации это было просто наблюдение, в критической — вмешательство. В этом, если можно так выразиться, проявлялся общественный инстинкт самосохранения.

Во-вторых, государственное вмешательство в ценообразование имеет целью защитить разрозненных товаропроизводителей рыночной системы от монополизма планирующей. Корпорации перерабатывающих отраслей, навязывая сельскому хозяйству низкие цены на его продукцию, могли бы разорить его, если бы не вмешательство государства, определяющего минимальный уровень закупочных цен.

В-третьих, не вмешиваясь в ценообразование на сотни тысяч видов продукции машиностроения, электронной, перерабатывающей промышленности, но держа под контролем цены на энергоносители, транспортные услуги, металл, государство фактически влияет на все цены и тем самым обеспечивает устойчивость валюты.

А теперь рассмотрим методы воздействия на цены. Они включают: государственное вмешательство в процесс ценообразования, лидерство в ценах, прямое воздействие на цены, договоры о ценах, контроль над ценами, правительственные ограничения в ценообразовании, косвенное воздействие на цены и наблюдение за ними.

1. *Государственное вмешательство* в ценообразование может проявляться по-разному. В тех случаях, когда общество заинтересовано в ускоренном развитии каких-то отраслей, могут быть разрешены увеличенные амортизационные списания и отчисления в другие фонды. В результате в этих отраслях возрастают издержки, что дает возможность повышать цены без увеличения налоговых отчислений. Увеличение нормы амортизации может достигать 1,5—2 раз.

Нередко практикуется снижение налогов на прибыль для тех отраслей, в развитии которых государство заинтересовано. Экономия на налогах позволяет компаниям увеличивать инвестиции,

расширять объемы и в итоге снижать цены или приводит к непосредственному снижению цен, поскольку позволяет сохранить прибыль.

Кредитные льготы также дают возможность снижать цены без ущерба для изготовителя.

Прямая государственная финансовая помощь предоставляется в виде дотаций на инвестиции, субсидий на покрытие убытков от хозяйственной деятельности. Это делается в тех случаях, когда, по оценке государства, издержки высоки по объективным причинам, но оно заинтересовано в том, чтобы цены не были такими же высокими. Так, во Франции в 1985 г. компания, занимающаяся средствами коммуникации, получила дотацию в размере 33,6 млрд франков. Этим был предотвращен рост цен на ее услуги, оказываемые населению, и создана возможность для технического перевооружения.

2. *Лидерство в ценах.* В этом случае воздействие государства на цены заключается в том, что оно как крупнейший производитель или потребитель каких-то видов продукции или услуг влияет на цены, складывающиеся на рынке. Если, например, французская государственная компания «Рено», имеющая большой удельный вес на рынке, устанавливает цены на автомобили, то остальным продавцам приходится с этим считаться. Или если она же, покупая автомобильные листы в больших количествах, добивается от поставщиков какого-то уровня цен, то это влияет на цены, предлагаемые металлургами другим покупателям. В данном случае государство влияет на цены как хозяйственный субъект, а не как административный орган. В тех странах, где доля государственной собственности достаточно велика, лидерство в ценах оказывает существенное влияние. Государственные заказы, которые в некоторых странах составляют до 25—30% от валового национального продукта, также позволяют устанавливать лидерство в ценах, если доля приобретаемой государством продукции или услуг имеет большой удельный вес на рынке. Если, допустим, в Швейцарии значительная часть жилья строится за счет муниципальных органов, то они в состоянии влиять на его стоимость.

### 3. *Прямое воздействие на цены.*

Во-первых, это непосредственное установление цен государством или замораживание их на какой-то период времени. Это самый быстрый способ стабилизировать цены или изменить их в нужном направлении. Но применяется он только в экстремальных ситуациях, потому что имеет следующие недостатки:

- административное установление цен ограничивает конкуренцию со всеми вытекающими негативными последствиями;

- административно устанавливаемые цены, как правило, отрываются от реальных общественно необходимых затрат, и тем

самым ограничивается действие закона стоимости как автоматического регулятора пропорций в производстве и инвестировании;

— внутренние цены отрываются от мировых, что сразу же отражается на результатах внешнеэкономической деятельности.

Поэтому пользуются этим методом крайне неохотно, когда не остается другого выхода. В послевоенные годы, в условиях дефицита, он широко применялся. Сейчас право административного установления или замораживания цен обычно присваивается высшему законодательному органу или правительству, да и то на ограниченный срок.

Второй вариант прямого воздействия — введение косвенных налогов (акцизы, налог на добавленную стоимость). Доля этих налогов в цене может составлять от 4 до 30% и более. Например, конечные цены на бензин во Франции увеличиваются под влиянием этих налогов более чем в 2 раза, и поэтому даже небольшое повышение или понижение налогов может заметно изменить реализационную цену товаров.

Третий вариант прямого воздействия — это установление фиксированных льготных цен и тарифов на товары и услуги, производимые в государственном секторе. Государство может в отдельных регионах, отраслях продавать по льготным ценам вырабатываемое им сырье, энергию, оказывать транспортные услуги по более низким тарифам, давая тем самым возможность своим потребителям снижать издержки и цены. Это может делаться в интересах поддержания конкурентоспособности отраслей или сохранения рабочих мест в регионах.

#### 4. Договоры о ценах.

Примерно с середины 60-х гг. значительное распространение во Франции получили договоры о ценах. Они заключаются правительственными органами с отдельными компаниями, объединениями, концернами, ассоциациями производителей. В них определяются намерения сторон в области ценообразования, например, динамика или индексы цен на те или иные виды продукции. Скажем, представители государства и изготовители сельскохозяйственной техники договариваются, что цены на их продукцию за пять лет не должны подняться выше чем на 15%. Оговариваются также основания для увеличения цен. Например, обязательное повышение потребительских свойств. Могут оговариваться предельные уровни цен на конкретные виды продукции. Стороны исходят при этом не только из необходимости обеспечения рентабельной работы предприятий-изготовителей, но и из соблюдения интересов потребителей.

Неофициально, т. е. не в виде документально оформленных соглашений, этот метод использовался еще раньше в ФРГ Л. Эрхардом в момент освобождения цен. Эрхард в своей книге

«Благосостояние для всех» описывает, как он объезжал все промышленные центры и встречался с руководителями промышленности, убеждая их, что повышение цен каждым из них обернется через некоторое время потерями. И эти встречи позволили предотвратить необузданный рост цен. Сейчас методика заключения добровольных договоров получает распространение и в других странах. Это позволяет более гибко, чем в случае прямого вмешательства, влиять на цены и, что очень важно, знать перспективу по ценам. А это корпорациям планирующей системы необходимо.

5. *Контроль над ценами* — это нечто переходное от невмешательства к регулированию. Есть во Франции такое понятие — свободные контролируемые цены. Означает оно, что оговаривается диапазон, в пределах которого производители сами могут устанавливать цены на ряд товаров. В отличие от непосредственного установления цен государством контроль не исключает ценовую конкуренцию, но ограничивает возможности рыночного саморегулирования. Обычно динамика освобождения цен такова: сначала регулирование, затем контроль над ценами, затем наблюдение за ними и, наконец, полное освобождение, когда созданы все условия для свободной конкуренции. Режим свободно наблюдаемых цен заключается в том, что цены устанавливаются самими производителями, однако для их введения предприниматели должны получить согласие правительственных органов. В Германии под контролем находится около половины всех розничных цен, но диапазон устанавливается достаточно широкий. Например, цена на мясо в зависимости от его качества может устанавливаться в диапазоне от 3 до 30 марок за килограмм. Поскольку мясо не является дефицитом, то конкурирующие между собой производители стремятся снижать цены, и по 30 марок за килограмм они его не продают. Даже самые лучшие сорта стоят дешевле. Как только цены приближаются к верхнему или нижнему пределу, для ценообразования это становится сигналом тревоги о неблагоприятных дел на рынке.

6. *Правительственные ограничения в ценообразовании.* Даже те цены, которые считаются полностью свободными, не могут назначаться продавцом произвольно. Есть обязательные для всех правила ценообразования, за соблюдением которых следят правительственные органы. Существуют, например в США, предельные нормы прибыли. Если продавец, назначая цену, опускается ниже предела рентабельности, то последнее может быть расценено как демпинг, а это уже нарушение антимонопольного законодательства. Назначая слишком высокую цену, при которой прибыль настолько велика, что оказывается превышенным верхний предел рентабельности, продавец рискует быть обвиненным в нарушении

правил ценообразования. Оптимальной считается норма прибыли 10—15% к авансированному капиталу до вычета налогов. Норма прибыли после вычета налогов, по данным за 1989 г., составила: «Бритиш-Петролеум» — 1,7%, «Сименс» — 7,9, «Фольксваген» — 6,9, «Филипс» — 5,6% [80]. Как видим, несмотря на то, что это компании-олигополии, уровень прибыли — не сверхвысокий.

Мы не в состоянии в этом кратком обзоре описать все правила ценообразования. Приведем только несколько примеров.

*Ограничение возможности фиксирования цен.* Фиксирование цен бывает горизонтальным. Оно порождается соглашением между производителями, оптовой и розничной торговлей по установлению цен для всех участников канала сбыта. Такие соглашения незаконны в соответствии с антитрестовским законом Шермана и законами о федеративной торговле (для США) независимо от того, насколько эти цены приемлемы для покупателя. На крупнейшие компании США по производству картонных складных коробок были наложены штрафы в несколько сотен миллионов долларов за фиксирование цен, а их руководители были приговорены к тюремному заключению или штрафу. Нельзя согласовывать не только сами цены, но и размеры скидок, надбавок; договоренность об ограничении производства для поддержания высоких цен, публикация в одно время прейскурантов, обмен информацией с конкурентами также запрещаются. Вертикальное фиксирование цен заключается в том, что производители могут контролировать цены, по которым продают оптовики и розничные торговцы. Или сами оптовики контролируют цены, устанавливаемые розничной торговлей. В США начиная с 1976 г. такое вертикальное фиксирование цен запрещено, розничных торговцев нельзя заставить соблюдать прейскурантные цены, разрабатываемые производителями или оптовиками. Если последние хотят, чтобы продажа осуществлялась по намеченным ими ценам, они должны купить сеть сбыта или вести продажу на условиях консигнации, когда товары до своей продажи принадлежат производителю или оптовику. В 1984 г. Верховный суд США поддержал иск против фирмы «Монсенто» в размере 10,5 млн дол. за то, что она согласилась зафиксировать цену перепродажи гербицидов в сотрудничестве со своими независимыми сбытовиками, которые хотели устранить с рынка своих конкурентов.

*Запрещается ценовая дискриминация.* В США в соответствии с законом Робинсона—Патмена для защиты мелких розничных магазинов от нечестной конкуренции больших сетей розничной торговли производителям и оптовикам запрещено во взаимоотношениях с различными покупателями продукции аналогичного профиля применять разные цены, скидки, премии. Условия реализации продукции должны быть одинаковыми для всех участников сбыта.

*Ограничение минимальных цен.* В ряде штатов США приняты законы о нечестной торговле, в соответствии с которыми цены не могут быть ниже, чем издержки плюс фиксированный процент, покрывающий накладные расходы и прибыль. Это опять-таки защита мелкой розничной сети от хищнического ценообразования, которым пользуются большие компании для вытеснения конкурентов.

*Запрещено мошенническое завышение цен.* В этом деянии могут обвинить производителя или продавца, искажающего данные о качестве продукции или ценах производства.

В Швеции в соответствии с законом о конкуренции обвинение в монополизме возможно в тех случаях, когда обнаруживается, что ценообразование оказывает «ненадлежащее с точки зрения общественных интересов воздействие» на эффективность экономики или же создаются какие-либо помехи ведению коммерческой деятельности другими субъектами. Критериями оценки добросовестности ценообразования служат отрыв цен от реальных издержек, наличие ценовых соглашений, дискриминация партнеров по ценам и т. д. Этим же законом наложен запрет на брутто-цены. Под брутто-ценами подразумевается предписывание цен перепродавцам (оптовикам, розничным торговцам, агентам), по которым они могут продавать продукцию. Запрещается также установление минимальных цен, ниже которых невозможна перепродажа. Нарушения этого закона в Швеции могут привести к уголовной ответственности — тюремному заключению сроком до двух лет.

В разных странах существуют различные правила ценообразования, но ни в одной стране ценообразование не происходит произвольно. Это еще раз говорит о том, что полной экономической свободы при современной рыночной экономике нет ни в чем и ни для кого.

Косвенное воздействие на цены заключается в том, что вводятся или отменяются квоты, таможенные ограничения на какие-то товары, меняются таможенные тарифы, размеры эмиссии денег.

Установление квот на товары широко практикуется в Европейском сообществе, в США. В свое время в США введение квот на японские автомобили помогло поддержать более высокие цены на американские автомобили. Всякое ограничение на ввоз более дешевых конкурентоспособных товаров — это метод косвенного повышения цен. Точно так же и таможенные ограничения на ввоз каких-либо товаров помогают поддержанию более высоких цен на свои товары на внутреннем рынке. Введение правил по экологичности, безопасности, энергоснабжению стало одним из методов таможенных ограничений и косвенного влияния на цены. Изменение таможенных пошлин на ввоз и вывоз каких-либо товаров тоже влияет на их цену на внутреннем рынке. Например, в Финляндии очень низкие пошлины на цитрусовые, потому что правительство поставило задачу увеличить в рационе жителей этой северной



страны долю овощей и фруктов. Цена, скажем, килограмма бананов в январе составляла 5—6 марок (минимальная месячная зарплата 3000 марок). Если бы правительство проводило политику максимального насыщения бюджета, то оно, наоборот, старалось бы увеличить пошлину на эти привлекательные для населения продукты. Но это была бы политика сиюминутной выгоды. Во-первых, упал бы спрос, и неизвестно, больше ли стали бы поступления в бюджет от ввоза этих продуктов. Но, самое главное, это было бы в ущерб здоровью населения, которое всегда должно стоять на первом плане.

Эмиссионная политика, направленная на ограничение денежной массы, приводит к сокращению платежеспособного спроса и, следовательно, к снижению цен.

Для того чтобы активно влиять на ценообразование, необходимо обладать информацией о движении цен. Поэтому во всех развитых странах уделяется большое внимание наблюдению за ценами. Этим наблюдением занимаются центральные статистические управления, центральные и местные органы ценообразования, университеты, независимые комиссии потребителей, научно-исследовательские центры профсоюзов. Главная задача наблюдения за ценами — определение динамики стоимости жизни и влияния движения цен на уровень издержек и национальную конкурентоспособность. На основании этих данных принимаются решения об индексации заработной платы и пенсий. Поэтому движение цен отслеживается не только государственными институтами, но и общественными.

Итак, мы видим, что полного невмешательства государства в процесс ценообразования, к которому устремилась сейчас Россия, нет нигде. Мы от одной крайности — применения только административного регулирования вместо целого арсенала методов воздействия на цены — перешли к другой — полному отказу от вмешательства. Такие броски бессмысленны даже в нормальной экономической ситуации и уж совсем недопустимы в кризисной. Д. Гэлбрейт, отвечая в 1989 г. корреспонденту журнала «Коммунист», сказал: «Полагаю, что в ваших условиях не обойтись без государственного контроля цен и доходов. К тому же исторический путь развития СССР был таков, что государственный контроль играл очень большую роль, и звенья экономики деформировались под его воздействием, приспособились к нему. Поэтому резкий отказ от него вряд ли приведет к хорошим результатам. Конечно, эти меры эффективны лишь при расширении самого товарного рынка, росте предложения, товаров и услуг» [78, с. 115]. В большинстве стран либерализация цен осуществлялась постепенно, по мере преодоления дефицита, роста предложения товаров и услуг, о котором говорит Гэлбрейт. На это уходили десятилетия. Но и либерализованные цены, как мы убедились, — это цены, находящиеся под государственным влиянием.

### 5.3. Налогообложение в развитых капиталистических странах

Анализ системы налогообложения очень хорошо показывает изменение взаимоотношений между государством и его гражданами. Раньше основная цель налогообложения заключалась в создании источников для содержания государственного аппарата и в какой-то мере для решения общенародных задач. В первую очередь бюджет расходовался на содержание армии, так как защита от внешнего врага была важнейшей функцией государства. Следующим направлением расходования бюджета было содержание аппарата принуждения внутри государства. А затем уже шли такие общенациональные задачи, как строительство дорог, каналов, портов, ирригационных сооружений и, по мере развития производительных сил, строительство и содержание больниц и школ. В хозяйственную деятельность и обеспечение минимальных условий существования индивидов государство вмешивалось только в экстремальных ситуациях (война, стихийные бедствия, эпидемии), и то очень ограниченно. Сейчас же важнейшими целями налогообложения стали перераспределение доходов внутри общества и экономическое вмешательство в народнохозяйственную жизнь. Мы чуть позже проследим эту тенденцию на конкретных цифрах по ряду стран, но уже сейчас можно сказать, что во всех развитых странах больше половины средств бюджета расходуются на социальное обеспечение, здравоохранение, образование и экономическую деятельность.

Перераспределение заключается в том, что у индивидов с большими доходами через налоги забирается больше средств, чем у индивидов со средними доходами, и в дальнейшем эти средства через механизм социальных льгот попадают к менее обеспеченным. О масштабах участия государства в перераспределении можно судить по тому, что во многих развитых странах через бюджет проходит до 40—50% валового национального продукта.

Кроме целей перераспределения есть еще одна причина, по которой общество согласилось, чтобы государство забирало в свои руки значительную часть совокупного продукта. Этой причиной является невозможность или неэффективность решения задач здравоохранения, образования и ряда других сфер через рыночный механизм. Не филантропией власть предержащих, а необходимостью объясняется все более широкое распространение бесплатного медицинского обслуживания, среднего и высшего образования, оказания помощи малоимущим и безработным и т. д.

Следующей характерной чертой современного налогообложения является разделение его на два уровня: государственные и местные налоги. Государственные налоги устанавливаются и взимаются центральными органами, местные — региональными. В разных странах законодательством предусматривается различный уровень

местной инициативы в установлении налогов. Но есть одно общее правило — не бывает такого, чтобы центральные органы получали средства от муниципалитетов. Об этом приходится говорить, потому что в пору существования СССР некоторые республики настаивали на том, что все налоги должны собирать они, а потом отдавать часть собранных средств центру. Теперь, когда не стало прежнего центра, точно так же начинают вести себя субъекты федерации по отношению к новому, теперь уже российскому центру, предлагая собирать все налоги на местах и передавать центру причитающуюся ему часть. Такого нет в развитых странах. Центр собирает свои налоги, территории — свои. В некоторых странах центр из собранных им средств что-то выделяет территориям. Это широко практикуется в США, Германии. Но такой ситуации, когда центральные органы находятся в зависимости от того, что им выделяют штаты, земли или кантоны, нет. Двух- или многоуровневая система налогообложения позволяет стране иметь мощные централизованные ресурсы для решения общегосударственных задач и в то же время не игнорировать все многообразие территориальных особенностей. Как правило, центральными органами собирается и распределяется около 40—70% совокупных бюджетных средств.

В налоговых системах многих стран все чаще появляются специальные налоги. В отличие от общих налогов (подходный, налог на добавленную стоимость), которые служат способом сбора средств в бюджет для целей, определяемых в будущем, специальные налоги имеют адресное назначение. Например, средства социального страхования во всех государствах используются только для выплаты пенсий и пособий. И ни парламент, ни правительство не имеют права взять даже мизерную сумму из фонда, созданного за счет специального налога, на другие нужды. В этом тоже своеобразие современных систем налогообложения. Раньше налогоплательщики знали только объект налогообложения (налоги на соль, на дым, на доход и т. д.). А сейчас они получают возможность брать под контроль цели налогообложения.

Еще одна закономерность касается степени прогрессивности налогов. Налог называется прогрессивным, если его средняя ставка повышается по мере возрастания дохода. Такой налог предполагает не только большую абсолютную сумму, но также и более значительную долю взимания по мере его роста.

Налог называется пропорциональным, если средняя налоговая ставка остается неизменной, независимо от размера дохода. Такой налог тоже обеспечивает перераспределение доходов, но в меньшей степени, чем прогрессивный.

Налог называется регрессивным, когда средняя ставка понижается по мере роста дохода. Регрессивный налог может не приводить к росту абсолютной величины взимаемой части дохода.

Общая для всех стран закономерность заключается во все более частом применении прогрессивного налогообложения.

А теперь рассмотрим некоторые характерные особенности налогообложения США, Франции, Швеции.

В США доля налогов от национального продукта составила в 1988 г. 30%. Если сравнивать с 50-ми гг., когда эта доля составляла 20%, то наблюдается полуторакратный рост, а если сравнивать с европейскими странами, то имеет место значительное отставание. В ФРГ эта доля соответствует 37%, в Великобритании — 39, а в Норвегии — 46%. Из этих 30% национального продукта в США 12% расходуется на перераспределение, которое Макконелл называет «эффектом Робин Гуда» [1]. Таким образом, 40% федерального бюджета США идет на поддержание заданного уровня доходов менее оплачиваемой части общества. Еще 7% идет на здравоохранение, 28 — на оборону и 14 — на уплату процентов по государственному долгу.

За счет каких источников формируется бюджет в США? Основным элементом является личный подоходный налог. Он дает около 46—48% всех поступлений в бюджет. До прихода Рейгана максимальная ставка прогрессивного подоходного налога доходила до 50%, как это и сейчас имеет место в европейских странах. В 1986 г. максимальная ставка снижена до 30% в целях повышения заинтересованности предпринимателей в увеличении доходов. Богатым людям стало жить легче. Минимальная ставка — 15%. Есть категория граждан, имеющих малый доход, с которых подоходный налог не взимается вообще.

Второй по значимости составляющей являются налоги с фонда заработной платы. Они дают около 35% поступлений в бюджет. Эти налоги взимаются и с работодателей, и с лиц наемного труда и составляли в 1989 г. 7,5% при годовой заработной плате до 48 тыс. дол. Это своего рода страховой взнос, выплачиваемый в рамках обязательного страхования, например, страхования старости, государственной программы бесплатной медицинской помощи.

Следующий крупный источник — это налог на прибыль корпораций. Он дает 10% поступлений. Реформой 1986 г. общая ставка налогового обложения прибыли корпораций была снижена с 46 до 34%. Это было сделано также в целях повышения деловой активности. Так, по крайней мере, правительство Рейгана объяснило смысл налоговой реформы. Результативность ее оценивается специалистами по-разному. По крайней мере, ожидаемых преобразований не произошло.

Мы рассмотрели поступления в федеральный бюджет. А теперь рассмотрим поступления в бюджет штатов. Если годовой федеральный бюджет составлял в 1989 г. 854 млрд дол., то суммарный бюджет правительств штатов — 247 млрд, а всех органов местного

самоуправления — 158 млрд дол. Итак, территории имеют поступления на уровне 32% от совокупного бюджета.

Поступления в бюджет штатов состоят из следующих элементов:

- налог с оборота — 49%;
- личные подоходные налоги — 31%;
- налоги на прибыль корпораций — 8%.

Ставки личных подоходных налогов и налогов с корпораций, взимаемых штатами, в 4—6 раз ниже, чем при федеральном налогообложении.

Основные статьи расхода бюджета штатов:

- образование — 24%;
- общественное благосостояние — 23%;
- здравоохранение — 12%;
- автомагистраль — 12%;
- общественная безопасность — 7%;
- другие расходы — 22%.

Если на образование и здравоохранение в федеральном бюджете отводится 70 млрд дол., то в бюджете штатов — 94 млрд дол. Доля штатов в решении этих проблем очень велика.

Муниципальные бюджеты в основном формируются за счет налогов на имущество (74%) и налогов с оборота (11%).

Интересно, что при налоговых поступлениях в бюджет местных органов 158 млрд дол. расходы их составляют 391 млрд. Если у правительства штатов превышение расходов над налогами составляет несколько процентов, то здесь мы видим превышение расходов в несколько раз. Разница покрывается за счет федерального бюджета. 55% местных бюджетов расходуется на образование, здравоохранение и благосостояние, а абсолютная величина этой статьи составляет 217 млрд дол. Итак, влияние местных органов в решении вопросов образования и здравоохранения очень велико. Федеральное правительство расходует на эти цели 70 млрд дол., штаты — 94 млрд, а местные органы — 217 млрд дол. Общая сумма получается весьма внушительная — 318 млрд дол. Примерно столько же, сколько на перераспределение доходов. Остальные средства местных бюджетов идут на охрану окружающей среды и строительство жилья (12%), обеспечение общественной безопасности (10%), транспорт (7%) и прочее.

Исследование, проведенное в 1985 г. Д. Печманом до начала налоговой реформы, показало, что американская система налогообложения малопрогрессивна. Беднейшая часть населения выплачивала в общей сложности 17% своих доходов в качестве налогов, а наиболее богатая десятая часть — 26% [1]. Соотношение между уровнем душевого дохода 10% населения с наивысшими доходами и 10% с наименьшими доходами (децильный коэффициент) соста-

вило в США в 1989 г. 14 единиц [79]. Упомянутая налоговая реформа в США еще больше снизила прогрессивность налогообложения, приблизив ее к пропорциональной.

Во Франции налоговая система позволяет государству распределять через бюджет 45% валового национального продукта — в 1,5 раза больше, чем в США. Наибольшую часть поступлений дает налог на добавленную стоимость — около 50%. Налог на добавленную стоимость — это налог на расходы, а не на доходы. Ведь он взимается фактически с покупателя, хотя перечисления в бюджет производят компании. Концепция такого налогообложения расходов заключается в том, что тот, кто больше потребляет, несет большие тяготы в общественных затратах. Тот, кто доход пускает не на личное потребление, а на расширенное воспроизводство, меньше участвует в общественном потреблении.

Сейчас около 40 стран мира, в том числе 17 европейских, используют налог на добавленную стоимость. Нормальная ставка этого налога во Франции — 18,6%. Максимальна она на предметы роскоши и иррациональные потребности (табак, алкоголь) — 33,3%. Минимальная ставка — на товары и услуги первой необходимости, включая продукты питания, — 5,5%. Соглашениями ЕЭС предусмотрен примерно такой же уровень налога для всего Сообщества [81].

Второй крупный источник поступлений — прогрессивный подоходный налог, который дает около 20% бюджета. Максимальная ставка подоходного налога достигает 56%. Высоки также налоги на наследство — 40% для прямых наследников и 60% для остальных. Перераспределение доходов во Франции более значительно, чем в США.

Третий крупный источник — налоги с предприятий. Они дают около 12% поступлений в бюджет. Ставка налога колеблется в пределах 34—42% от чистого дохода. Чистый доход определяется путем вычета из выручки текущих затрат на производственно-коммерческую деятельность, включая материальные затраты и полные затраты на воспроизводство рабочей силы, а также затрат в интересах развития производства — на научные исследования, капитальные вложения, подготовку кадров. Состав текущих и перспективных затрат предприятий, а иногда и их размеры регламентируются правилами бухгалтерского учета. Это тоже интересная особенность французского налогообложения. Оно стимулирует развитие промышленности, так как затраты на развитие не облагаются налогом. Налогом, по существу, облагается прибыль, расходуемая на потребление.

Есть во Франции специфический налог — налог на нефтепродукты, который тоже является косвенным. Он включается в цену бензина. Это тоже налог на потребление. Он дает 8% бюджетных

поступлений. Итого налоги на потребление составляют около 60%.

В целом налоговую систему Франции можно охарактеризовать как ярко выраженную прогрессивную. Мы привели ее в пример, поскольку она во многом олицетворяет европейский подход. Во всех европейских странах, где пользуются влиянием социал-демократические партии, наблюдается стремление к гомогенизации общества. Французский экономист профессор Ж. Лекейль по этому поводу пишет: «В обществе не должно быть слишком большого разрыва между различными группами населения. Оно, насколько это возможно, должно быть однородным, гомогенным. Нужна определенная солидарность. Это предполагает перераспределение средств, что и достигается с помощью налогов» [82].

На что же расходуются бюджетные средства правительством Франции?

Пенсии и пособия — 40%;

образование и здравоохранение — 17%;

экономическое участие государства — 11%.

Кроме централизованно собираемых налогов, имеются, естественно, и местные. Лишь в исключительных случаях доходы от централизованных налогов поступают в местный бюджет. Территории во Франции существуют на полном самофинансировании.

Еще большей социальной направленностью характеризуется налоговая система Швеции. При децильном коэффициенте, равном 11, после уплаты налогов перепад в окончателных доходах между любыми категориями населения не превышает двух раз. Столь низкой дифференциации доходов нет ни в одной стране мира [83].

Общий уровень налогообложения составляет 50% валового национального продукта. Это самый высокий показатель. Ни в одной другой стране государство не сосредоточивает в своих руках такую значительную часть национального валового продукта.

Наибольший удельный вес в структуре налогов занимает подоходный налог — 38%. Подоходный налог делится на два подвида — государственный и коммунальный. Максимальная ставка государственного подоходного налога 46%. Коммунальный налог устанавливается коммунами (территориальные единицы в Швеции) на уровне 15—20%, но может достигать и 30%. Суммарный подоходный налог не должен превышать 50%. Это один из самых мощных рычагов перераспределения доходов [84].

Второй по удельному весу источник бюджетных средств — это взносы предпринимателей на социальное страхование. Они дают 26% всех поступлений. По своей экономической сути этот налог близок к американскому налогу на заработную плату. Работодатель ежегодно выплачивает 10,1% на страхование по болезни и 9,45% на пенсии по возрасту от годовой заработной платы работающих [85]. Еще 24% всех бюджетных поступлений дают



косвенные налоги на потребление и акцизы. Налог на потребление достигает 20% от стоимости покупки. Сравнительно невелик удельный вес поступлений от налогов с корпораций — 4%. Это объясняется тем, что корпорации имеют право исключать из доходов средства, направляемые на развитие производства. Правда, очень жестко регламентируются порядок расходования и размеры инвестиций в сопоставлении со стоимостью основных фондов и годовым доходом.

Около 40% бюджета страны направляется на здравоохранение, социальное обеспечение, образование и культуру. Значительная часть налогов собирается коммунами. Причем им предоставлена широкая возможность варьирования уровня налогов. Они полностью автономны в расходовании собранных ими средств, да еще покрывают за счет поступлений из централизованного бюджета около 30% своих расходов на реализацию целевых социальных программ. Основные источники поступлений в коммунальный бюджет — это налог на недвижимость и коммунальный подоходный налог.

Вообще до недавнего времени шведская система налогообложения характеризовалась высокой стабильностью и предсказуемостью. Шестидесятилетнее пребывание у власти социал-демократической партии привело к определенной социальной стабильности, разные политические силы научились находить компромиссные решения. Правда, в последние годы в связи с распадом социалистического лагеря и дискредитацией социалистических идей правые партии заняли наступательную позицию, доказывая, что «шведская модель» изжила себя, и призывая идти по пути усиления дифференциации общества. В качестве образца предлагается «общество двух третей», в котором благоденствуют не все, а две трети населения. А одна треть якобы всегда необходима для контраста и стимулирования остальных двух третей. Эта идея сейчас популярна в предпринимательских кругах многих европейских стран, хотя еще совсем недавно всеобщим признанием пользовалась концепция «общества всеобщего благоденствия», которая сейчас именуется правыми «социальной демагогией».

Примерно такие же, как в Швеции, концепции налогообложения взяты на вооружение в Норвегии, Дании, Финляндии. Послевоенный опыт развития этих стран, ориентировавшихся на достижение гомогенизации общества и добившихся очень высокого жизненного уровня, не подтверждает версию о том, что без дифференциации общества нет стимула для повышения производительности труда, а значит — и всеобщего благосостояния.

#### 5.4. Экономическая роль государства в решении социальных проблем

Рассматривая экономические цели современного развитого общества (см. 1.1), мы отмечали, что одной из них является справедливое распределение доходов, обеспечивающее приемлемый уровень существования всем гражданам независимо от состояния их здоровья, возраста, дееспособности.

Учитывая, что 80—95% трудоспособного населения в развитых странах работает по найму и основным источником его существования является заработная плата, государство не может не влиять на ее уровень. Доходы от владения собственностью, как уже говорилось, во многих странах составляют лишь 6—8% годового дохода наемных работников.

В Японии, например, все выплаты по дивидендам по стране составляют лишь 2,6% валового национального продукта, и 7% приходится на выплаты по заемным средствам. А 90% валового национального продукта составляет заработная плата.

Каким образом влияет государство на заработную плату?

Во-первых, через признание профсоюзного движения и оказание влияния на него. В разных странах в разные сроки, но везде отношение государства к профсоюзам проходило три этапа: подавление, признание и вмешательство. Важным моментом для всего капиталистического мира было признание в 1930 г. федеральным правительством США права рабочих на объединение. Преследования профсоюзов на этом закончились. Послевоенный период в США и европейских странах характеризуется стремлением государства узаконить взаимодействия между руководством корпораций и профсоюзами, выработать правила игры. В результате профсоюзам в определенной мере удалось повлиять на увеличение доли наемных работников при распределении вновь созданной стоимости и тем самым уменьшить расслоение общества по уровню доходов.

Кроме того, профсоюзы активно занимаются выравниванием доходов среди самих наемных работников. Выравнивание это идет по трем направлениям:

— профсоюзы добиваются того, чтобы работники, выполняющие на предприятии одну и ту же работу, получали одинаковую зарплату. Распространенное представление о том, что на частных предприятиях хозяин по своему усмотрению устанавливает каждому зарплату, является заблуждением. Там, где действуют профсоюзы, никакая индивидуализация невозможна;

— профсоюзы в целом ряде стран стремятся к сокращению разрыва между низко- и высокооплачиваемыми работниками. Так, в Швеции им удалось добиться того, чтобы эта разница не превышала 15% [86, с. 102];

— профсоюзы борются за уменьшение разницы в оплате работников разных предприятий одной отрасли, руководствуясь принципом «одинаковая оплата за одинаковую работу», независимо от уровня рентабельности предприятия. В Швеции, где профсоюзы очень сильны, им удалось добиться соглашения с Объединением предпринимателей о проведении «солидарной политики по вопросам заработной платы», гарантирующей равную оплату за равный труд на всех предприятиях Швеции. В других странах, где сильны отраслевые профсоюзы, им удастся приблизиться к такому выравниванию.

Итак, признавая профсоюзы и выступая иногда посредником между ними и предпринимателями, государство способствует выравниванию заработной платы. Хотелось бы только, чтобы у читателя выравнивание заработной платы не ассоциировалось с уравниловкой. Для того, чтобы материально стимулировать эффективный труд, всегда нужно оставлять возможность дифференциации оплаты. Но эта дифференциация может составлять 15% и служить не менее мощным стимулом, чем различие в несколько раз. Под выравниванием понимается уменьшение разницы в оплате, а не полная ее ликвидация.

Во-вторых, в ряде стран государство устанавливает минимальный уровень оплаты и участвует в ее дифференциации. Так, во Франции кодекс о труде, принимаемый парламентом, устанавливает минимальный уровень заработной платы, условия назначения пособий по безработице, необходимый для получения пенсии стаж и ее размер, продолжительность оплачиваемого отпуска, принципы найма на работу и т. п. В соглашениях отраслевых профсоюзов с министерствами (в национальных трудовых договорах) устанавливаются единые для отрасли тарифные системы с определенным диапазоном оплаты в рамках каждого разряда. В национальных трудовых договорах оговаривается также стаж работы, необходимый для повышения оплаты. Например, через два года зарплата работника может быть повышена на 2 % от ставки при условии ежегодной положительной аттестации. Узаконен механизм регулирования фонда зарплаты в зависимости от инфляции. Все это позволяет государству контролировать размер средств, направляемых на оплату труда [87]. В той или иной мере этот подход используется и в других развитых странах. Как видим, полной свободы в вопросах оплаты предприниматели не имеют.

В-третьих, государство влияет на заработную плату или частно-индивидуальный доход через политику цен. Особенно рельефно это проявляется при установлении государством минимальных закупочных цен на сельскохозяйственную продукцию. Не будь этой государственной поддержки, доход фермеров и заработок

наемных сельскохозяйственных работников не обеспечил бы им приемлемых условий существования.

Однако воздействие государства, направленное на уменьшение дифференциации заработной платы, ограничено, поскольку противоречит сути рыночной системы. Рыночная система приносит крупные доходы тем, чей труд высоко оплачивается в силу природных способностей, приобретенного образования, мастерства, или тем, кто владеет значительным капиталом. Люди же, обладающие меньшими способностями, знаниями, не имеющие капитала, получают значительно меньший доход. Рыночная система по своей природе не может предоставлять достаточные средства к существованию престарелым, людям с физическими недостатками, незамужним женщинам и вдовам с детьми на иждивении. Для того чтобы обеспечить приемлемый уровень проживания для этой категории граждан, государство из своего бюджета делает выплаты, называемые трансфертными платежами.

Трансфертными платежами называют выплаты, которые перераспределяют налоговые средства, получаемые от всех налогоплательщиков, определенным слоям населения в форме выплат по социальному страхованию, пособий по безработице и т. п. Так, в США государственные трансфертные платежи составляют 75% дохода группы населения с самыми низкими доходами [15, с. 279]. Чем меньше государство влияет на заработную плату и занимается обеспечением занятости, тем больше ему приходится тратить средств на трансфертные платежи, чтобы обеспечить минимальный прожиточный уровень. А сейчас мы перейдем к рассмотрению отдельных элементов системы поддержания уровня доходов.

*Пенсионное обеспечение.* В настоящее время в большинстве развитых капиталистических стран в практику социального страхования вошло понятие пенсионного дохода как суммы средств пенсионера, поступающих из разных источников. В пенсионный доход могут входить: пенсии по государственной системе социального страхования, частные пенсии по месту работы, выплачиваемые компаниями, выплаты по системе социального обеспечения лиц пожилого возраста (льготное медицинское обслуживание, пособия на питание, компенсация расходов на жилье, электроэнергию, топливо, налоговые льготы и т. п.). Считается нормальным, если в общей сложности пенсионный доход составляет 50—80% от предпенсионного заработка работника. Максимальной величины это отношение достигает в Италии — 80%, в Швеции и Франции — 70%, в Японии, США и Великобритании — 50% [88].

Государственная пенсия составляет значительную часть пенсионного дохода. В Италии она достигает 67% предпенсионного заработка, Швеции — 59, Германии — 50, во Франции — 46, в Канаде — 39, Нидерландах — 38, Швейцарии — 36, США — 38%.

Финансирование государственной пенсионной системы производится за счет страховых выплат работников, предпринимателей и субсидий государства. В США почти вся сумма пенсий формируется за счет равных взносов работников и предпринимателей, а государство покрывает только один процент всех расходов, в то время как в Канаде государство финансирует 60%, а в Швеции — 31% от этих сумм.

В большинстве стран размер государственных пенсий связан с предпенсионным заработком и стажем. Но в некоторых странах государственная пенсия состоит из двух частей — народной и трудовой пенсии. Народная выплачивается независимо от стажа и заработка всем гражданам страны по достижении ими пенсионного возраста. Тем же, кто работал, добавляется трудовая пенсия, уже зависящая от стажа и предпенсионного заработка. Такие двойные пенсии выплачиваются в Швеции, Канаде, Финляндии, Англии. Как правило (за исключением народных пенсий), существует минимальный трудовой стаж, необходимый для получения государственных пенсий по старости. В Швейцарии это один год, в США — 8 лет, в большинстве стран Западной Европы — 15 лет, в Японии — 20 лет.

Вторым обязательным условием является достижение пенсионного возраста, который в большинстве стран составляет 65 лет. Тот, у кого к этому времени стаж превышает необходимый минимум, получает больший размер пенсии. Чтобы получить максимальный процент, в Италии и Норвегии нужно иметь 40 лет, в Австрии — 45 лет стажа.

Заработная плата, исходя из размера которой назначается пенсия, рассчитывается в большинстве стран как средняя за весь период работы, во Франции — за 10 наиболее благоприятных лет, в Австрии, Канаде, Финляндии — за несколько предпенсионных лет. При этом заработная плата индексируется с учетом роста либо потребительских цен, либо заработной платы.

В большинстве стран помимо пенсии застрахованному работнику предусмотрена выдача дополнительного пособия на иждивенцев — членов семьи пенсионера. К ним относятся неработающая жена и несовершеннолетние дети. Размер доплаты может составлять 25—50% пенсии основного получателя.

Второй весомой составляющей пенсионного дохода являются частные пенсии. В последние десятилетия, особенно в тех странах, где государственное социальное страхование скромнее (США, Япония), крупные корпорации все большее внимание уделяют созданию частных пенсионных фондов. 40—60% наемных работников получают частные пенсии.

Во многих странах (во Франции, Англии, Швеции, Японии, Финляндии) частные пенсии гарантируются государством и выпла-

чиваются в виде надбавок к государственным. В США, где частное пенсионное страхование не гарантируется государством и закрепляется лишь в коллективных договорах, пенсии компаниями выплачиваются независимо от государства. Большинство компаний связывают размер пенсий со стажем работы на их предприятиях.

Третьей составляющей могут быть поступления из личных пенсионных фондов. В последние десятилетия государство всячески поощряет создание личных пенсионных фондов. Суть их заключается в том, что работник задолго до наступления пенсионного возраста начинает платить взносы, как правило, 6—10% текущей зарплаты, в свой индивидуальный пенсионный фонд. Эти деньги не облагаются налогом. В этом заключается поощрение со стороны государства. Но отложенные деньги не могут быть сняты со счета до наступления пенсионного возраста.

В целом пенсионное обеспечение в развитых капиталистических странах оценивается как удовлетворительное. При этом следует иметь в виду, что пенсии — это не перераспределение доходов, не благотворительность по отношению к престарелым. Это заработанные ими и отложенные в свое время на обеспечение старости средства. Это выгодно для общества в целом, потому что средства социального страхования могут быть задействованы в народном хозяйстве, использоваться в качестве кредитов. Это выгодно и компаниям, которые также могут пользоваться в пределах определенных правил средствами пенсионных фондов, и работникам, потому что гарантирует им обеспеченную старость. Правда, в последние десятилетия в связи с увеличением продолжительности жизни и ростом количества пенсионеров в некоторых странах возникает нехватка рабочей силы для обслуживания накопленных средств производства. Такая проблема остро встала в Австрии, но скоро она обозначится и в других развитых странах. Ведь отложенные на старость деньги превращаются в средства производства, сооружения. Пенсионерам же нужны потребительские товары. Если пенсионеров очень много, то может оказаться, что некому оживлять те средства производства, которые созданы за счет их накоплений, и значит, невозможно превратить эти накопления в потребительские товары.

Марксово утверждение, согласно которому только живой труд оплодотворяет капитал, создает материальные ценности, иллюстрируется на этом примере неопровержимо. Пенсионеры накопили за время работы капитал (государственные, частные и индивидуальные фонды), который превратился в средства производства. Ведь не потребительские товары откладываются ими на старость, а деньги, которые пускаются в производство. Выйдя на пенсию, они вправе востребовать постепенно свои сбережения. По экономической сути они уподобляются рантье, так как живут, не работая. С

точки зрения закона и морали это абсолютно оправдано, но когда неработающая часть населения достигает критической величины, общество оказывается в очень сложном положении. Люди, достигшие пенсионного возраста, вправе рассчитывать на получение благ, а производить их в достаточном количестве будет некому.

В последние десятилетия возникла еще одна проблема, с которой столкнулись менеджеры крупнейших компаний, — так называемый «социализм пенсионных фондов». «Речь идет о перераспределении собственности акционерных компаний через пенсионные фонды в пользу институциональных трастовых компаний. В сущности это означает переход основной части собственности в руки самих работников», — пишет по этому поводу крупнейший американский специалист по управлению Питер Друкер [89]. Дело в том, что в 1986 г. пенсионные фонды, являющиеся, по сути, собственностью наемных работников, владели уже 40% акционерного капитала в США, в том числе двумя третями акционерного капитала тысячи самых крупных корпораций. По оценкам специалистов, в 2000 г. они будут владеть двумя третями всего акционерного капитала страны. Почему это явление названо социализмом пенсионных фондов, понятно — подавляющая часть акционерного капитала постепенно переходит в собственность десятков миллионов вкладчиков. Компании становятся общественной собственностью. Но что же обеспокоило управляющих корпорациями? Ведь идеологические конструкции их мало волнуют. Обеспокоило их то, что пенсионные фонды, действуя как трастовые организации, т. е. управляющие по доверенности вкладчиков их имуществом, заинтересованы только в получении краткосрочной прибыли. Будучи профессионалами, менеджеры компаний понимают, насколько губительна ориентация на краткосрочные прибыли. Аналогичные процессы происходят в Великобритании, Швеции, Германии, Японии. Руководители корпораций, опасаящиеся вмешательства в свои дела государственных чиновников при общенародной собственности, недостаточно компетентных, по мнению менеджеров, попадают под контроль гораздо менее компетентных специалистов пенсионных фондов, которым вообще безразлично будущее компаний.

*Пособия по безработице.* Это типичные трансфертные платежи, т. е. поддержание уровня доходов путем перераспределения. Финансируются в США за счет специального налога, который выплачивают наниматели с первых 7 тыс. дол., приходящихся на работника. Ставка этого налога 3,5%. Любой застрахованный рабочий, потерявший место через определенный промежуток времени (в США через неделю) получает право на пособие по безработице. Около 90% работающих по найму охвачены в США этой программой страхования. Уровень пособия по безработице составляет в среднем около 50% заработка после уплаты налогов.



В европейских странах схема оказания помощи примерно такая же, но размер пособия обычно на уровне 60% от заработка. Правда, надо иметь в виду, что сам заработок во многих странах значительно ниже американского. Источником финансирования являются либо специальные налоги по безработице, либо общий фонд социального страхования.

*Помощь малообеспеченным.* Цель этого вида помощи — обеспечить минимальный уровень доходов тем, кто не способен заработать себе на жизнь. Сюда входят такие категории населения:

— престарелые, но не имеющие по каким-либо причинам достаточного пенсионного дохода, слепые, нетрудоспособные. Им оказывается помощь и центральными, и местными властями;

— неполные семьи с детьми. Цель этой поддержки — создать минимально необходимые условия для физического и духовного развития детей в семьях, лишенных финансовой поддержки одного из родителей, чаще всего отца, вследствие его смерти, нетрудоспособности или ухода из семьи.

Помощь эта оказывается в разных формах. Это могут быть денежные выплаты, талоны на продукты, предоставление дешевого или бесплатного жилья, медицинских услуг и т. п. Помощь эта носит, безусловно, благотворительный характер и как всякая благотворительная деятельность получает неоднозначные оценки. Те, кто критикует благотворительные программы, утверждают, что общество должно тратить усилия на создание специальных рабочих мест, дающих возможность использовать остаточную трудоспособность. Г. Форд в свое время доказал на практике, что могут работать и безногие, и безрукие, и слепые, если создать для них специальные условия. Человек, которому общество помогает зарабатывать деньги, чувствует себя в моральном отношении гораздо более комфортно, чем тот, кто живет на пособие. Программы помощи неполным семьям, по мнению критикующих их, способствуют распаду семей, так как поощряют уход безработных отцов, чтобы жена и дети могли получать пособия. Как обеспечить эти минимальные условия, что считать минимальным — это в каждой стране, а иногда и в регионе решают по-своему.

*Жилье.* Участие государства в решении жилищной проблемы заключается в организации строительства жилья, регулировании платы за жилье и установлении стандартов на жилье. В разных странах мера участия государства различна. Наиболее активно государство, а точнее, муниципалитеты участвуют в решении жилищных проблем в европейских, особенно североамериканских странах. Менее активно — в США, Японии, Великобритании. Но и в этих странах наблюдается тенденция к социализации в решении жилищной проблемы.

Начнем со строительства жилья. Опыт градостроительства показал, что необходимый набор современных удобств наиболее полно

обеспечивается при комплексной застройке жилых районов. Тепло, газ и электроснабжение, водопровод и канализация, дороги, общественный транспорт, школы, детсады, магазины, кинотеатры — все это должно создаваться комплексно, а потому требует громадных инвестиций, которые только со временем начнут приносить доход. Такое инвестирование под силу только крупным частным компаниям. Еще в первой главе мы отмечали, что строительство по своей природе тяготеет к рыночной системе, поэтому крупные строительные компании — редкость. Да и муниципалитеты не поощряли бы создание жилищно-строительных конгломератов, потому что те стали бы монополистами. При наличии необходимых строительных компаний и необходимости крупного инвестирования наилучшим решением оказывается организация строительства силами муниципалитетов. Город покупает землю, финансирует и организует строительство всех сетей и сооружений. А потом он может нанимать строителей и продавать или сдавать внаем готовые здания. Может предоставлять участки, чтобы частные компании строили, а затем продавали или сдавали внаем дома. Решения бывают всевозможные. Все чаще городские власти сами становятся домовладельцами, а уже затем продают их жилищным кооперативам или сдают внаем.

В Швеции, например, в начале 90-х гг. 40% домов сдавалось внаем, около 20% принадлежало кооперативам и около 40% находилось в частной собственности. Как правило, внаем сдаются многоквартирные дома. И они же принадлежат кооперативам. Небольшие дома на 1—2 семьи чаще всего частные.

Будучи владельцем построенных домов, муниципалитет имеет возможность при продаже или сдаче их внаем учитывать уровень обеспеченности будущих жильцов. Важная часть жилищной политики — установление квартирной платы за сдаваемое внаем жилье. Здесь муниципалитеты оказывают влияние через установление платы в принадлежащих им домах. Остальные домовладельцы, как и всякие продавцы на рынке, вынуждены считаться со складывающимся уровнем цен. Кроме того, в ряде стран существуют правила установления квартирной платы, например, такое — цены на аналогичные квартиры должны быть примерно одинаковыми в одном и том же районе. Домовладельцы договариваются об оплате с организациями квартиросъемщиков, создание которых всячески поощряется. Если стороны не договариваются, они обращаются в специальный суд. Таким образом, государство ограничивает монополизм домовладельцев.

Существуют нормы на жилье, определяющие его долговечность, безопасность, экономию энергии и качество жизни. В первую очередь эти нормы распространяются на строительство нового жилья, но постепенно такие же требования переносятся и на эксплуатируемое жилье. Центральное правительство предоставляет субсидии или льготные кредиты муниципалитетам, если нужны

крупные инвестиции. В остальном вся ответственность за решение жилищной проблемы, благоустройство городов лежит на муниципалитетах. Эта сфера общественной жизни является одной из наиболее социализированных.

**Здравоохранение.** Сейчас ни у кого не вызывает сомнений, что общество обязано обеспечить всем своим членам равный доступ к медицинской помощи определенного качества. Решается эта задача по-разному. В некоторых странах существует бюджетное здравоохранение, когда пациент не платит за услуги. В других здравоохранение платное, и пациент оплачивает услуги, но расходы уже возмещают органы социального страхования, или он прямо переадресовывает туда свой счет. Есть достоинства и недостатки у каждого из этих направлений. Как правило, в каждой стране есть и то, и другое, но соотношение их различно.

В США, например, больше развита платная медицина. А оплата услуг производится либо органами социального обеспечения, либо компаниями, в которых работают пациенты, либо страховыми компаниями. Американские специалисты отмечают недостатки своей системы платной медицины: бесконтрольный рост цен, навязывание пациентам необязательных услуг (поскольку можно воспользоваться их некомпетентностью) и в итоге непомерно большие расходы на медицину и сверхвысокие заработки врачей. В качестве положительного примера приводят здравоохранение в Канаде, где правительство контролирует цены на медицинское обслуживание и доход, получаемый медиками [90].

Есть страны, в которых государственные больницы, поликлиники отлично оснащены и предоставляют услуги бесплатно малообеспеченным и за плату тем, кто в состоянии платить. В этом случае бесплатная медицинская помощь имеет приемлемый уровень качества. В Швеции, считающейся в области здравоохранения одной из ведущих стран, преобладает государственная медицина. Лишь только 5% врачей имеет частную практику, и на них приходится 20% амбулаторных посещений. Стационарное обслуживание, профилактическое здравоохранение — все это государственное. Поэтому распространяющееся у нас мнение о том, что только платная медицина может быть качественной, следует считать необоснованным. Там, где поняли, что здоровье граждан — это не только условие личного благополучия, но и залог будущего благосостояния страны, и направили на здравоохранение необходимые ресурсы, бесплатное обслуживание прекрасно себя оправдывает. В Швеции в сфере здравоохранения работает около 10% трудоспособного населения. И расходы на него составляют около 8% ВВП.

В США тоже очень много тратят на медицину. В общей сложности расходы составляют 8—10% ВВП. Но они складываются из расходов самих пациентов, компаний, страховых обществ и

государства, т. е. преимущественно используются рыночные механизмы. По общему признанию, система здравоохранения в Швеции более оптимальна, чем в США. Следовательно, утверждение о том, что без личной материальной заинтересованности медиков, которую связывают с платной медициной, не может быть качественного обслуживания, опровергается опытом Швеции, Дании и других стран.

Наши медики, имеющие громадный опыт работы в бесплатной медицине, также считают, что полная переориентация на платную медицину опасна. К такому выводу пришел, например, начальник Главного медицинского управления Москвы В. Федоров после ознакомления с американской медицинской практикой. «Отдавать медицину целиком стихии рынка — не выход из положения», — заявил он на конференции в Бостоне [90]. Очевидно, рациональное решение заключается в расширении сети платного медицинского обслуживания при сохранении в качестве основы и всемерном развитии государственной бесплатной медицины.

**Образование.** В отношении среднего образования уже не существует разногласий. Во всех развитых странах считается обязательным предоставление возможности получить его бесплатно. Это не исключает существования платных частных школ, но их становится все меньше. По качеству обучения они не превосходят бесплатные. Обучение в них — это, скорее, вопрос престижа, да и то все большее количество состоятельных родителей предпочитают посылать своих детей в обычные школы. Считается, что дети выходят из обычных школ лучше подготовленными к жизни, чем окончившие привилегированные частные школы, зараженные снобизмом.

В отношении высшего образования существуют разные мнения и традиции. Сторонники платного образования полагают, что образование — это вид интеллектуальной собственности, которая позволит ее владельцу в будущем иметь больший доход. А потому за приобретение этой собственности надо платить. Кроме того, считают они, оплачивая свое образование, студент более прилежно относится к обучению и становится в итоге лучшим специалистом.

Противники платного высшего образования выдвигают следующие доводы:

Во-первых, платность высшего образования ограничивает доступ способных людей к его получению. Общество от этого проигрывает экономически, так как чем одареннее его управленцы и специалисты, тем более эффективна экономика.

Во-вторых, платность высшего образования закрепляет социальное неравенство. Дж. Кеннеди, объявивший в свое время о необходимости создания сети государственных высших учреждений, полагал, что это позволит снизить расовое и классовое противостояние, поскольку представители дискриминируемых

групп будут постепенно пополнять ряды управленцев и специалистов. В итоге снизится напряженность в обществе.

В-третьих, высшее образование можно рассматривать не только как индивидуальную собственность, но и как общественное благо. Известно, что каждый работник создает больше, чем потребляет. Чем выше его квалификация, тем больше он приносит пользы обществу в виде прибавочного продукта. Страна, имеющая более квалифицированное население, живет богаче. Сегодня уже ни у кого нет сомнения, что это главный фактор роста благосостояния.

Отражением противоборства мнений о платности высшего образования является и реальная практика. Поэтому рассмотрим эту практику на примере США, Германии и Швеции.

В 50-е гг. в США 2/3 вузов были частными. После принятия программ об образовании в 60-е гг. во всех штатах стали создаваться государственные университеты. Сейчас 80% студентов учится в государственных университетах. В бюджетах этих университетов около 80% средств составляют поступления из федерального бюджета, бюджета штатов и муниципалитетов. Если принять все государственные ассигнования за 100%, то федеральные составляют 27%, от штатов — 63 и из муниципальных источников — 6,2%. Около 10% дают поступления от платы за учебу. Кроме того, бывают поступления от компаний, частных лиц, фондов. Часть студентов учится бесплатно и получает стипендию. Это зависит от обеспеченности их семей и успехов в учебе. Часть студентов платит за учебу. Плата за обучение в государственных вузах в 3—4 раза меньше, чем в частных. Некоторым для этого предоставляются субсидии. Часть студентов обучается за счет благотворительных фондов. Общая тенденция направлена на повышение доли бесплатного высшего образования [91, 92].

В Германии университеты традиционно государственные. Обучение в них за редким исключением бесплатное. Университеты пользуются большой автономией в части расходования средств и формирования направлений научной работы.

В Швеции все высшие учебные заведения государственные. Часть из них финансируется из бюджета центрального правительства, часть — из средств коммун, ландстингов (региональных управлений), дополняемых субсидиями центра. Системой высшего образования занимается специальное Управление университетов и высших учебных заведений. На 34 шведских вуза в год расходуются 8,45 млрд крон (1,4 млрд дол.). Отбор поступающих, если количество претендентов превышает количество мест, производится на основании конкурса аттестатов. Учитывается и опыт работы, если таковой имеется. Обучение преимущественно бесплатное. Студентам, которым необходима финансовая поддержка, на период обучения выплачивают безвозвратные ссуды и кредиты. Обычно

ссуда может достигать 30% общей суммы, называемой фондом обучения. На остальную сумму выдается кредит, ставка которого вдвое меньше обычной. По окончании учебы специалист расплачивается за кредит. Но при этом с него ежегодно взыскивают не более 4% годовой заработной платы. В США, где такая система кредитования тоже применяется, годовые вычеты достигают 7—8%, и поэтому там кредиты не очень популярны.

Во всех развитых странах уделяется огромное внимание обновлению знаний, повышению квалификации и переквалификации работающих. Оплата этого образования производится в основном за счет компании. Само же обучение происходит в тесном контакте с системой высшего образования. Работников либо направляют на учебу в вузы, оплачивая обучение, либо приглашают специалистов вузов на свои предприятия. Но нигде компаний не оплачивают обучение будущих специалистов и не платят вузам за специалистов, поступающих к ним на работу. Рыночные отношения на эту сферу не распространяются. Крупные компании нередко субсидируют вузы, получая потом возможность знакомиться с будущими выпускниками и приглашать их к себе на работу. Но это не носит характера взаимных обязательств, так как вуз никого не может направлять на работу принудительно, а компания не берет на себя обязательства приема на работу. В заключение можно отметить, что в этих странах возможность бесплатно получить среднее образование предоставлена всем, и эта же тенденция наблюдается в высшем образовании. Сейчас в таких странах, как США, Япония 35—40% молодых людей, имеющих среднее образование, поступают в высшие учебные заведения, т. е. оно становится массовым. Более 80% американских работников имеют по крайней мере среднее образование, 22% имеют высшее образование [1]. И никому не приходит в голову беспокоиться о перепроизводстве высшей школы. Наша страна, которая в свое время считалась одной из первых в мире по количеству и качеству специалистов с высшим образованием, рискует утратить это ценнейшее достижение, взяв курс на коммерциализацию высшей школы.

*Культура и спорт.* Качество рабочей силы определяется не только уровнем образования работника, но и его культурой. Чем более важным оказываются на производстве моральные стимулы и внутренняя убежденность работников, тем более необходимым становится достижение ими определенного культурного уровня. Не случайно в США в последние десятилетия резко изменилось отношение к гуманитарным наукам в школах и вузах. Прагматичные американцы считали раньше, что знание литературы, живописи, музыки — исключительно частное дело, и общество не обязано заботиться о культурном просвещении своих граждан. Сейчас говорят о гуманизации образования и в вузах выделяют на это до

30—40% учебного времени, поскольку убедились, что современное производство требует, чтобы отношения между людьми были основаны на определенных морально-этических нормах, воспринять которые некультурный человек не способен. Кроме изменения отношения к роли культуры в образовании, постепенно меняется отношение и к ее финансированию. В странах с развитой рыночной экономикой давно стало аксиомой, что культура не может развиваться только на рыночной основе. Библиотеки, музеи во многих странах уже бесплатны или плата взимается символическая. Учреждения культуры финансируются дифференцированно. Всем известно, что театры, филармонии, клубы самодеятельности не могут существовать без дотаций. И они поддерживаются государством.

Так, в Швеции в 1986 г. на культуру было израсходовано 27 млрд крон, в том числе 7,3 из государственных средств. Основные статьи государственных расходов — библиотеки (24%), народное образование и самодеятельность (22%), театр, танцы, музыка (21%), музеи и выставки (12%). Необходимость финансовой помощи объясняется следующим образом. Те виды искусства, которые предназначены для развлечения и не требуют умственного и духовного напряжения, прекрасно развиваются на коммерческой основе. Это так называемая «массовая культура». Содержание дискотек, дансингов, производство популярных грампластинок являются очень выгодным бизнесом. Будучи необходимой составной частью культуры, они не способствуют повышению культурно-нравственного уровня. Для этого необходимы театры, симфонические оркестры, музеи, которые без субсидирования не проживут, так как затраты на их содержание чрезвычайно велики и из их собственных ресурсов компенсированы быть не могут. Массовый спорт давно уже пользуется мощной поддержкой государства. Роль спорта в обеспечении здоровья и выработке необходимых волевых качеств уже многие десятилетия не вызывает сомнений. И в школах, и в высших учебных заведениях не жалеют времени и средств на спорт, подготавливая таким образом физически здоровое поколение. Компании тоже создают условия для занятий спортом, понимая, какой выгодой обернутся инвестиции в здоровье работников. Массовый спорт или физическая культура в подавляющем большинстве случаев не являются платными или это плата символическая, не покрывающая издержек. Бизнесом, и очень выгодным, являются спортивно-зрелищные мероприятия, но это относится к культуре развлечения, а не к здоровью. То, что коммерциализация культуры и спорта ведет к их деградации, не вызывает сомнений в странах, давно живущих в рыночной системе, но, похоже, пока не осознано теми, кто решает эти вопросы, в России.



## 5.5. Эволюция смешанной экономики

Еще в начале книги говорилось о том, что крупные корпорации, составляющие основу современной экономики, не могут успешно развиваться в обстановке нестабильности. Они должны планировать свое будущее, а это возможно лишь тогда, когда внешняя среда предсказуема. Именно в создании обстановки предсказуемости, стабильности и заключается одна из важнейших экономических функций капиталистического государства. Эту функцию еще интерпретируют как создание экономической безопасности.

Народное хозяйство, основанное на соединении рыночных начал и начал государственного регулирования, именуется смешанной экономикой. Соединение этих двух противоположных по своей сути начал превращает капиталистический хозяйственный механизм из «анархичного, монополизированного и эгоцентричного в регулируемый, конкурентный и социализированный» [93]. Смешанная экономика позволяет обеспечивать:

- экономическую безопасность на макроуровне, т. е. предотвращение периодических кризисов, сотрясавших капиталистическую систему ранее;

- экономическую безопасность компаний благодаря системе государственной поддержки крупного, среднего и мелкого предпринимательства;

- экономическую безопасность индивидов через систему социальной поддержки.

Под словом «безопасность» в данном случае подразумевается сведение к минимуму риска, защищенность от непредвиденных изменений.

Безопасность на макроуровне обеспечивается государственным планированием, бюджетным регулированием и вмешательством в ценообразование, о которых было сказано ранее. Это позволяет обеспечивать рост отдельных отраслей и, соответственно, избегать тех стихийно складывавшихся раньше диспропорций, которые приводили к кризисам.

Экономическая безопасность индивидов, обеспечиваемая системой перераспределения целого ряда общественных благ, освещалась в этой главе. А вот на экономической безопасности компаний и предприятий имеет смысл остановиться.

Прежде всего надо рассмотреть вопрос о том, следует ли обеспечивать экономическую безопасность компаний, предпринимателей.

Экономисты-неоклассики утверждают, что предотвращение риска приведет к замедлению развития. Именно угроза разорения при выборе неудачного решения заставляет искать оптимальные пути, стимулирует прогресс. А если поддержать неэффективно работаю-

щие компании, то они так и останутся убыточными, паразитируя на теле общества. Конечно, нельзя не согласиться с тем, что эти рассуждения имеют основания. Но экономический риск, как и любое явление, имеет противоположные свойства. Неоклассики видят положительные свойства риска, но не видят его разрушительных последствий. На примере компании «Крайслер» мы уже показывали, что ее крах затронул бы благополучие сотен тысяч человек. Может ли общество оставаться безразличным к их судьбе? А ведь с деятельностью этой компании в той или иной мере было связано благополучие еще десятков тысяч поставщиков, заказчиков и их работников. Экономические неудачи, когда речь идет о крупных корпорациях, перестали быть частным делом. Ли Яккока сумел доказать это американскому конгрессу, оперируя цифрами. И любой менеджер, сталкивающийся с экономикой, в отличие от неоклассиков, не в теории, а на практике, понимает необходимость снижения риска. «Банкротство неэффективной фирмы, как динамит, имеет две стороны. С одной стороны, это естественное проявление рыночных сил; с другой — угроза всем другим фирмам-поставщикам и покупателям, а также банкам-кредиторам, не говоря уже о социальной угрозе и угрозе сохранения самого механизма конкуренции. Поэтому система государственной и частной поддержки отдельных фирм, включая финансовую помощь, контроль и при необходимости реорганизацию, составляет элемент экономической безопасности» [93, с. 131].

Так обосновывается необходимость безопасности крупных компаний — их гибель может привести к слишком большим разрушениям. А почему надо поддерживать мелкие фирмы, ведь их банкротство никто и не заметит? Государство вынуждено поддерживать мелкие фирмы потому, что иначе им не выжить в противостоянии с планирующей системой. Исчезновение каждой из них не является трагедией, но если исчезнут они все, то экономика потеряет ту гибкость, маневренность, которой она обязана наличию мелкого бизнеса.

А теперь рассмотрим, как обеспечивается экономическая стабильность. Начнем с крупных корпораций.

Во-первых, выступая как заказчик, государство в период депрессии старается увеличить объем государственных заказов. В США, Англии, к примеру, государство в качестве покупателя обеспечивает реализацию до 20% валового национального продукта [94]. В европейских странах удельный вес государственного заказа еще выше, он достигает 30%. В период подъема государственный заказ снижается. Так сглаживается цикличность. В первую очередь эта помощь оказывается предприятиям военно-промышленного комплекса, а также гражданских отраслей, определяющих научно-технический прогресс. В США на их долю приходится 2/3

государственных заказов. Влияние государственных заказов на развитие фирм можно проиллюстрировать на таком примере. Во Франции наибольших успехов в повышении конкурентоспособности на мировых рынках достигли те отрасли высокой технологии, в которых удельный вес государственных заказов в реализации не опускается ниже 30%.

Посредством целевых заказов государство существенно облегчает предприятиям быстрое крупносерийное освоение новой продукции. Создается гарантированный сбыт, так необходимый для отлаживания производства. Например, в целях создания и поддержания спроса на терминал «Минитель», подключаемый к системе видеосвязи непосредственно через телефонную сеть, французское государство за свой счет оснастило этим прибором многих абонентов.

Во-вторых, государство нередко приходит на помощь компаниям «больных» отраслей. Такими во многих странах сейчас являются металлургия, судостроение. Так, в Испании модернизация экономики в 80-е гг. началась как раз с мощных государственных инвестиций в эти отрасли. Реконструкция и переоснащение этих предприятий позволили потом обновить материально-техническую базу других отраслей и выйти на конкурентоспособный уровень. В некоторых случаях убыточные предприятия национализуются, государство приобретает контрольный пакет акций, иногда предоставляет льготные кредиты. Но в любом случае стараются предотвратить полную ликвидацию, чтобы избежать тех потрясений экономики, о которых говорилось ранее. Необходимо отметить, что государство не берет на себя роль постоянного донора убыточных компаний. Оказывается разовая помощь при условии существования программы выхода из кризиса, и выполнение этой программы берется под контроль, чтобы иметь возможность частично или полностью вернуть вложенные средства.

В-третьих, государство нередко выступает защитником своих компаний от внешней экспансии. Так, в США в 1982 г. ограничивался экспорт японских автомобилей квотой в 1,85 млн в год. ЕЭС в 1985 г. ограничило ввоз японских видеоманитофонов в страны Общего рынка квотой 2,25 млн штук, тем самым уменьшив ввоз по сравнению с 1984 г. на 1,7 млн.

О различных вариантах протекционизма и его негативных последствиях для собственной промышленности мы уже писали в гл. 4. Но это понимание опасности «экономического национализма» только начинает приходить к наиболее дальновидным стратегам. А пока протекционизм существует. Достаточно сказать, что в списке Генерального соглашения о тарифах и торговле (ГАТТ), составленном в 80-е гг., предусматриваются более 600 видов различных нетарифных барьеров, влияющих на торговлю промышленными товарами [95].

Об оказании помощи малым предприятиям можно рассказать на примере Японии [96].

1. В условиях частого и быстрого технического обновления малым предприятиям нужна единовременная финансовая помощь для переоснащения. Те, что связаны с крупными компаниями, получают эту помощь от них, расплачиваясь за нее независимостью и низкими ценами. Но не весь малый бизнес может быть привязан к крупным компаниям. Поэтому государство оказывает поддержку тем, кто в ней особенно нуждается, предпочитая иметь дело с объединениями малых предприятий, союзами, отраслевыми ассоциациями.

2. Государственная поддержка оказывается при перепрофилировании малых предприятий. Применение соответствующих мер — финансовая помощь, налоговые льготы — разрешается местным властям при утверждении планов предприятий, их отраслевых объединений и ассоциаций. Вообще с мелкими предприятиями больше работают местные власти. Отличительная черта всех этих мер поддержки — временный характер. И оказывается поддержка, если перепрофилирование идет в нужном государству, причем приоритетном, направлении. Принцип приоритетности позволяет концентрировать средства, привлекать внимание частного сектора к решению необходимых обществу задач.

3. Оказывается научное содействие центральными, префектурными НИИ в передаче малым предприятиям новейших технологий, проведении исследований, снабжении их информацией о новых технологиях.

4. Оказывается содействие в получении государственных заказов. Доля малых предприятий в правительственных заказах составляет 45%, а в заказах общественных организаций — 32%.

5. Предусмотрены меры по социальной защите работников малых предприятий (с числом работающих менее 300). Владельцы малых предприятий заключают контракт от имени своих служащих со специально созданным фондом взаимопомощи при увольнении. Владельцы систематически уплачивают взносы, но зато при увольнениях эти фонды выплачивают выходное пособие их служащим.

Многие из этих способов поддержки мелкого предпринимательства практикуются и в других странах.

Итак, смешанная, или регулируемая, социально-рыночная экономика в какой-то мере обеспечивала стабильность системы и создавала условия для экономического роста в послевоенные годы. Но после энергетического кризиса 1973—1974 гг., а особенно с приходом к власти республиканской партии в США и консерваторов в Великобритании она стала подвергаться все более ожесточенной критике. В чем же причины?

1. Государственное регулирование особенно эффективно, когда народное хозяйство в силу каких-то причин дестабилизировано (кризис, война). Устранение диспропорций между отраслями, восстановление платежеспособного спроса в послекризисный период 30-х гг. и в послевоенный период в европейских странах были наглядным доказательством эффективности государственного регулирования. Кейнсианство было признанной экономической доктриной во всех развитых капиталистических странах. Но по мере того как стабилизировалась экономическая ситуация, все менее очевидной становилась необходимость государственного регулирования. Ведь любой механизм, будучи отрегулированным, не выходит из строя мгновенно после прекращения регулирования. Он может работать в спокойной обстановке еще долго, пока будут накапливаться какие-то отклонения, а может мгновенно выйти из строя, если произойдут резкие изменения, требующие регулирования. Точно так же перестает быть очевидной необходимостью государственного вмешательства в работу рыночного механизма. Зато все большее недовольство вызывают недостатки государственного регулирования. Бюрократизм, некомпетентность, политиканство, коррупция заслоняют преимущества последнего. Представители правых кругов, забывшие или так и не понявшие, что именно государственное регулирование спасло капиталистическую систему от краха, начинают видеть в нем элемент социализации (а это так и есть), мешающий свободному предпринимательству. В итоге экономисты-неоклассики и политики-неоконсерваторы призвали мир к дерегулированию.

2. Энергетический кризис 1973—1974 гг. заставил изменить отношение к природным ресурсам и осознать, что эпоха экстенсивного развития закончилась. К этому же времени благодаря НТР произошло количественное насыщение по многим видам продукции в промышленно развитых странах. В результате вторая половина 70-х гг. была вынужденно ознaменована переориентацией производства на достижение более высокого качества. Количественный рост перестал быть определяющим фактором успеха. Естественно, это привело к снижению темпов экономического роста, измеряемого стоимостными показателями. Снижение темпов роста стало поводом для заявлений о замедлении развития экономики вследствие снижения предпринимательской активности, обусловленного государственным регулированием.

Попробуем разобраться, а означает ли на самом деле снижение темпов роста валового национального продукта замедление развития экономики?

Реальное богатство общества измеряется количеством и качеством товаров и услуг, а не их стоимостью, которую отражает валовый национальный продукт. Это всем понятно, но в связи с

трудностями свести разнообразные виды продукции воедино используют стоимостные показатели. Такая подмена была еще более или менее терпима, когда качество продукции менялось не очень часто. Главным критерием развития было увеличение количества, а оно в сопоставимых ценах неплохо отражалось через динамику стоимостных показателей. Но сейчас, когда НТР привела к резкому ускорению сменяемости поколений продукции, оценка развития экономики без учета изменения качества продукции неадекватна. «Валовой национальный продукт является скорее количественным, чем качественным показателем. Он не отражает в полной мере улучшений качества товаров. В той мере, в какой в течение определенного времени повышается качество продукции, в такой же мере показатель ВВП недоучитывает рост нашего материального благосостояния», — говорят по этому Макконелл и Брю [1, с. 149].

Повышение долговечности, экономичности автомобилей, которое, безусловно, является благом для их владельцев и для страны, не найдет никакого отражения в ВВП, если не будет сопровождаться повышением цены автомобиля. Наоборот, если автомобильные компании, следуя принципу «лучше и дешевле одновременно», будут продавать машины по более низкой цене, то в стоимостных показателях это может превратиться в экономический спад. Можно привести еще массу примеров, подтверждающих, что измерение темпов роста через валовой национальный продукт не дает правильного представления о развитии экономики. Разве можно оценить через объем продаж продукции электронной промышленности то гигантское увеличение массы потребительской стоимости, которое произошло при замене электронных ламп на полупроводниковые элементы, когда одна пластина заменяет сотни тысяч ламп. Конечно, нет. Точно так же невозможно оценить увеличение производимых благ при переходе от традиционных кабелей связи к стекловолоконной оптике, измеряя результаты деятельности компаний, производящих средства связи, в деньгах. Правильное представление о развитии экономики можно получить только исходя из динамики производительности труда, выраженной опять-таки не через стоимостные показатели, а через натурально-вещественные.

Методология измерения динамики производительности труда, позволяющая учитывать изменение количества и качества продукции, а также уровня материальных затрат на ее производство, существует. Она разработана и описана в работе «Управление качеством на предприятии» [97].

Расчеты темпов роста производительности труда, выполненные по материалам ряда уральских предприятий с применением названной методологии, показали, что при учете динамики качества

темпы роста производительности труда на предприятиях, занимающихся повышением качества, могут быть в 3—4 раза выше, чем в тех случаях, когда качество не учитывается. Следовательно, измерение экономического роста без учета динамики качества существенно искажает действительную картину развития экономики.

Учитывая сказанное, считаем возможным высказать предположение, что отмечаемое в большинстве развитых стран снижение темпов роста национального продукта, производительности труда не обязательно означает замедление развития этих стран. Изменилось направление развития (повышение качества, а не рост количества стало преобладающим), а старые методы измерения не позволяют адекватно это отразить. Для того, чтобы получить достоверное представление о том, замедлилось развитие или нет, необходимо учесть ускорение повышения качества в последние десятилетия. Поскольку есть основания сомневаться в достоверности суждения о замедлении развития, то пагубная роль государственного регулирования тем более представляется недоказанной.

3. Третьей причиной распространения идеи о необходимости дерегулирования является отказ от плановой экономики в восточноевропейских странах и СССР, входивших в социалистический лагерь. Признание ими неэффективности плановой экономики рассматривается как доказательство пагубности государственного регулирования.

Проанализировав причины, вызвавшие процесс дерегулирования, рассмотрим, как он протекает. Дереегулирование должно было проявляться в приватизации государственной собственности, уменьшении вмешательства государства в ценообразование, в снижении ставок налогообложения, уменьшении перераспределения доходов и ослаблении социального регулирования. Под социальным регулированием понимается влияние государства на условия, при которых производятся товары и услуги, на качество товаров и услуг, особенно на их свойства, которые связаны с безопасностью потребителей и охраной окружающей среды, а также влияние на условия найма.

В США, например, социальным регулированием занимаются следующие организации. Управление по безопасности труда и здоровью занято защитой рабочих от профессиональных травм и заболеваний. Комиссия по безопасности потребительских товаров устанавливает максимально допустимые нормы содержания потенциально опасных веществ и другие требования безопасности. Управление по охране окружающей среды ограничивает количество загрязняющих веществ, которое производители могут выделять. Комиссия по соблюдению равных условий найма стремится обеспечить женщинам и представителям национальных меньшинств справедливый доступ к работе.



Противники социального регулирования, в первую очередь представители корпораций, считают, что необоснованные требования названных ведомств наносят большой урон экономике.

Рассмотрим, что же дало дерегулирование на практике. Начнем с пионеров дерегулирования.

В США оно выразилось в первую очередь в снижении налоговых ставок и ослаблении социального регулирования. Предположение о том, что понижение налогов вызовет рост налоговых поступлений, не подтвердилось. Уменьшение темпов инфляции, действительно имевшее место, американские экономисты объясняют в первую очередь снижением цен на нефть на мировом рынке. Так что об однозначно положительном влиянии рейганомики говорить не приходится. Есть специалисты, считающие, что подъем 1983 и 1984 гг. явился следствием этой политики. Другие считают, что он произошел вопреки этой политике. «Является ли экономическое оживление после 1982 г. результатом проведения в жизнь программы рейганомики? Хотя здесь трудно говорить с определенностью, можно достаточно убедительно показать, что экономический подъем в значительной степени связан со стимулирующим воздействием крупных федеральных дефицитов, порожденных введением Закона 1981 г., а вовсе не с повышением нормы сбережений или инвестиций, возрождением стимулов. Другими словами, это оживление явилось по своей сути «кейнсианским» феноменом, обусловленным фактором спроса, а вовсе не факторами предложения», — считают авторы «Экономики» [1, с. 360]. Если бы успехи дерегулирования в США были бесспорными, то дискуссии не велись бы.

В Великобритании главными направлениями дерегулирования были приватизация государственной собственности и снижение налоговых ставок для корпораций и высокооплачиваемых налогоплательщиков. Жестко проводившаяся политика «тетчеризма» привела к сокращению доли государственного сектора в валовом национальном продукте с 18,7% в конце 70-х гг. до 8% в конце 80-х гг. Правительство получило от приватизации за 10 лет 35 млрд фунтов стерлингов. «Бритиш Стил», «Бритиш Петролиум», «Роллс-Ройс» и другие крупнейшие корпорации перешли в частные руки. Но по мере развития процесса приватизации в стране появлялось все больше его противников. Попытки правительства передать в частные руки железные дороги, угольную промышленность встретили жесткое сопротивление общественности. Да и инвесторы не спешили вкладывать средства в эти отрасли [98, 99].

Оценки результатов приватизации неоднозначны. С одной стороны, отмечается повышение рентабельности некоторых компаний, таких, как «Бритиш Эйруэиз», «Бритиш Телеком». Но подобное нередко происходит при смене руководства и методов управления

без изменения формы собственности. В целом же ожидавшееся ускорение экономического развития не состоялось. Никаких «экономических чудес», подобных германскому или японскому, не произошло. Зато социалист лорд У. Кейнет отмечает в своей статье снижение уровня жизни целого ряда групп населения. «Теперь мы знаем, какой бывает жизнь при все более рыночной экономике. Она в самом деле очень хороша для профессиональных вкладчиков капитала и разнообразных рыночных деляг, безупречна для администраторов высшего звена, адвокатов, банковских работников, неплоха для высококвалифицированного персонала, но довольно бедна для неквалифицированного и все более отвратительна для учителей, профессоров и ученых всех степеней (потому они и эмигрируют), особенно ужасна для стариков, больных и матерей-одиночек» [100]. Если бы это не было написано английским лордом в 1990 г. о Великобритании, то можно было бы подумать, что речь идет о России 1993 г. С той разницей, что у нас еще и значительную часть тех, для кого жизнь стала бедна, составляют квалифицированные работники.

Итак, пионеры дерегулирования не могут похвастаться достижениями, которые могли бы увлечь за собой остальные страны.

Чем же объяснить, что правительства Франции, Бельгии, Италии, ФРГ, Нидерландов, Испании, Австрии и Швеции заявили о своих намерениях пойти по пути дерегулирования? По мнению Э. Каули (им опубликована обзорная статья о приватизации в журнале «Европа»), наиболее серьезная причина — «нужда большинства правительств в наличности. Продавая государственные предприятия, они зарабатывают деньги тремя различными способами. Во-первых, быстрый доход приносит сама продажа акций. Во-вторых, с приватизированных компаний взимаются налоги. И последнее, но ничуть не менее важное — правительство не несет никаких обязательств по субсидированию убыточных частных компаний» [98].

Вспомним высказывание Макмиллана о «распродаже фамильного серебра». В Германии, например, и не скрывают, что приватизация позволит получить необходимые для реконструкции предприятий бывшей ГДР средства. Большинство государств имеет дефицитный бюджет, и приватизация позволяет несколько уменьшить этот дефицит.

Но приватизация в Западной Европе идет очень своеобразно. Как мы уже отмечали во второй главе, государство не терзает контроль над ранее принадлежавшей ему компанией. Оно оставляет за собой контрольный пакет акций. Превращая бывшую государственную компанию в смешанную с государственным участием, государство зарабатывает деньги, сохраняет свое влияние и снимает с себя ответственность за убытки. Смешанные государственно-

частные компании, оставаясь под влиянием государства, освобождаются от постоянного контроля и опеки. Это придает им динамизм. Приобретая на часть средств, вырученных от продажи акций бывших государственных предприятий, акции других частных компаний, правительства ФРГ, Австрии и Италии настолько расширили свое экономическое влияние, что, по оценке специалистов, за один только 1985 г. «огосударствили больше фирм, чем за предыдущие два десятилетия». Вот такой неожиданный результат приватизации — расширение сферы влияния государства в экономике этих стран под флагом дерегулирования.

С целью сохранить свое влияние на приватизируемые предприятия в Великобритании, например, государство оставляет за собой право следить, чтобы в устав не вносилось принципиальных изменений без его ведома, чтобы одному акционеру приватизируемого предприятия не могло принадлежать более 15% акций. Есть ограничения и по участию иностранного капитала.

Решающим остается влияние государства в энергетике, на транспорте, телекоммуникациях. Около 60% заняты в этих отраслях по ЕЭС работают на государственных предприятиях.

Во Франции по-прежнему на государственных предприятиях производится одна треть валового национального продукта. Можно сказать, что процесс приватизации в европейских странах осуществляется неспешно, вдумчиво. Уменьшение ставок налогообложения тоже происходит, но без кардинальных изменений налоговой системы.

В Германии было много справедливых нареканий по поводу недостаточной дифференциации в оплате низко- и высококвалифицированных работников. Но там пошли не по пути отказа государства от контроля за оплатой, а по пути децентрализации контроля и увеличения диапазона оплаты, т. е. по пути совершенствования регулирования. Известно, что ассоциация работодателей отвергла предложение об установлении заработка на уровне фирм, считая, что политика в области заработной платы должна вырабатываться централизованно [101].

В целом создается впечатление, что дерегулирование больше декларируется, чем осуществляется. По нашему мнению, это скорее замедление социализации экономики, чем движение в обратном направлении от смешанной экономики к рыночной.

В то же время наблюдается еще одна интересная тенденция в эволюции смешанной экономики. Пользуясь терминологией датских экономистов К. Нильсена и О. К. Педерсена [102], будем называть ее развитием в сторону экономики согласований. Понятие «экономика согласований» было сформулировано в начале 80-х гг. в ходе исследования властных отношений в скандинавских странах. Оно обозначает «такое общественное устройство, где

существенная часть распределения ресурсов базируется на институционализированных переговорах между независимыми центрами принятия решений. В отличие от решений, принятых общественными органами, решения, принятые на основе согласований, достигнуты в результате взаимодействия между независимыми агентами, и заинтересованный общественный орган выступает только как один из нескольких участников» [102, с. 48].

Попробуем раскрыть смысл этого понятия.

Смешанная экономика предполагает действие и рыночного механизма, и государственного регулирования при заранее определенных сферах применения каждого из них. При этом предполагается, что есть сферы, где должны преобладать частные интересы. Но в жизни все сложнее. Экономические решения все чаще оказываются ни частными, ни общественными. В случаях, когда решения должны совмещать и частный, и общественный интересы, заранее отданное предпочтение одному из них вредит делу. В этом заключается слабость смешанной экономики, за это и критикуют государственное регулирование. Если право принятия решения в какой-то области по закону принадлежит государству, то правительственные чиновники игнорируют частный интерес и даже общественный, если он проходит по другому ведомству. Они не могут и не хотят действовать по-другому. Тот же Яккока приводит пример, когда антитрестовский закон запрещает объединять усилия автомобильных компаний даже в целях создания экологически чистого двигателя. Чиновник, призванный следить за соблюдением антитрестовского законодательства, даже если он и понимает вредность для общества в данном случае неуклонного выполнения закона, ничего не в состоянии изменить.

Экономика согласования основывается на поисках компромиссного решения путем институционализированных переговоров между автономными частными, общественными и полубытовыми агентами. Институционализированные переговоры — это переговоры по заранее определенным правилам.

Мы уже приводили пример относительно того, что в Швеции вопросы заработной платы решаются путем согласования позиций между профсоюзами, ассоциациями предпринимателей и представителями государства. Заранее определено законом, кто по какому вопросу может участвовать в переговорах. Все участники равны в правах и вынуждены поэтому находить взаимоприемлемое решение. В крайне редких случаях, когда решение не найдено, вопрос рассматривается арбитражем.

Практика согласования сопровождается постепенным переходом от конфронтационного к компромиссному конструктивному мышлению, связанному с осознанием того факта, что устойчивый рост размеров пирога даст каждой группе, питающейся им, больше, чем

стремление перераспределить его в свою пользу и в ущерб другим. Ибо перераспределение в ущерб другим может привести к уменьшению самого пирога.

Экономика согласований позволяет решать неизбежно возникающие противоречия между классами, группами населения, хозяйственными субъектами цивилизованным путем. Метод переговоров, конечно, не нов. Давно известны переговоры при заключении коллективных договоров, международные переговоры. Но в экономической жизни обычно использовались законодательные нормы. Они не отменяются и при этом способе хозяйствования, но сфера их применения становится уже. Больше вопросов отдается на решение заинтересованных сторон путем институционализированных переговоров. В скандинавских странах такая практика существует уже несколько десятилетий. Постепенно один за другим важные вопросы изымались из сферы чисто рыночного механизма или государственного регулирования и передавались в сферу согласования. Такой подход к решению проблем позволяет правительству оставлять за собой только важнейшие из них, делегируя право решения остальных всевозможным институтам, выступающим равноправными агентами на переговорах. Общественная власть становится при этом полицентристской.

Всевозможные ассоциации, союзы выступают в качестве представителей интересов разных групп, слоев, профессий, и их равноправное участие в принятии решений делает последние более объективными, чем при оказании предпочтения только общественным или только частным интересам. Это тем более важно, что в качестве представителей общественных интересов выступают конкретные люди, которым свойственно по-своему, субъективно понимать общественный интерес.

Учитывая изложенное, есть основания предполагать, что тенденция перехода от смешанной экономики к экономике согласований имеет больше шансов на успех, чем тенденция дерегулирования. Она позволяет более гибко сочетать общественные и частные интересы при принятии решений и обеспечивает большую лояльность сторон в процессе их реализации.

Есть еще один вариант планово-рыночной экономики — китайский. Экономическая реформа, начатая в КНР в конце 70-х гг., способствовала невиданному ускорению социально-экономического развития страны и повышению жизненного уровня народа. По данным Всемирного банка, в 80-е гг. темп роста национального дохода составлял 10,5% в год. А на 90-е гг. прогнозируется 8—9%. При этом темпы роста промышленного производства составляли 12%, а по сельскому хозяйству 6,5%. В целом по темпам экономического роста Китай примерно в 4 раза опережал среднемировой уровень [102].

В чем же суть тех экономических преобразований, которые позволили Китаю обеспечить такое ускорение развития?

Во-первых, демократизация планирования, заключавшаяся в сокращении номенклатуры планируемой Госпланом продукции в 5 раз, номенклатуры централизованно распределяемых ресурсов — почти в 13 раз и уменьшении доли планоно выпускаемой продукции в валовом национальном продукте в 2 раза. Повысилась самостоятельность территорий в планировании их социально-экономического развития [103].

Во-вторых, признание многообразия форм собственности с сохранением господствующего положения государственной. В настоящее время государственные предприятия производят 54,5% промышленной продукции и на них трудится 80 млн чел. Поступления в бюджет от государственных предприятий составляют 80%. Это крупные и средние предприятия. Вторая по степени распространенности форма, особенно поощряемая государством, — это коллективные предприятия. Как правило, в коллективную собственность работников передавались мелкие предприятия. Сегодня из 8 млн китайских предприятий 6,7 млн являются коллективными. Затем следует частная собственность. Частными в Китае называют фирмы с числом занятых свыше 8 чел., а если число занятых до 7 включительно, то фирма именуется индивидуальной. В частных фирмах занято 22 млн чел. со средним числом работающих около 200 чел. Всего частных фирм 100 тысяч. В индивидуальных фирмах занято около 21 млн чел.

В-третьих, значительно повышена самостоятельность государственных предприятий. Установлен единый подоходный налог в размере 55%. Остальной прибылью и амортизационными отчислениями предприятие распоряжается само. С руководителем предприятия государство заключает контракт, в котором обозначены главные количественные и качественные показатели на несколько лет (большое внимание уделяется себестоимости). При невыполнении требований контракта оплата директора может быть уменьшена до 50% основного оклада, а при невыполнении контракта в течение двух лет директора отстраняют от должности. Но зато никто, в том числе партийные органы, не вмешивается в его работу, пока он директор.

В-четвертых, уменьшена доля централизованно устанавливаемых цен. По сельскохозяйственной продукции теперь централизованно устанавливаются цены на 25% видов продукции, по товарам народного потребления — на 50 и по производственно-техническим — на 70%.

В-пятых, созданы свободные экономические зоны, в которых облегчены условия для иностранных инвесторов, снижены или отменены пошлины, уменьшены налоговые ставки — вообще сде-

лано все для их ускоренного развития. Государство вкладывает туда средства для создания инфраструктуры. В этих зонах темп промышленного производства за минувшие годы составил 73%, по валовому продукту — 50%. Там преимущественно развиваются производства, базирующиеся на передовой технологии, импортируемой из Японии и США. Эти зоны рассматриваются как полигон для технологий, новых методов внутрифирменного управления. Некоторые специалисты полагают, что ускоренное развитие этих зон связано с их чисто рыночной экономикой. Нам представляются такие утверждения необоснованными. Государство создало льготные условия (налоги, пошлины, инфраструктура для госбюджета) не для того, чтобы отрабатывать в этих зонах чисто рыночный механизм, а для того, чтобы иностранные компании, действуя в привычных для них условиях, передавали свой технологический и управленческий опыт. А потом этот опыт можно распространить по всей стране.

Конечно, здесь отмечены только наиболее крупные изменения в хозяйственном механизме. Но по ним можно видеть, что КНР пошла не по пути демонтажа плановой экономики, а по пути устранения недостатков в планировании, управлении предприятиями, ценообразовании. Допустили многообразие форм собственности, не отказавшись от ведущей роли государственной. Эту экономику можно с полным основанием назвать смешанной, но эта модификация смешанной экономики значительно более социализирована. Главным препятствием на пути ускоренного роста в дальнейшем является низкая квалификация населения. Китай богат природными ископаемыми, народ его исключительно трудолюбив. Но уровень образования пока низок. Доля людей с высшим образованием составляет всего 1,4% против 20—22% в развитых странах. Такое препятствие, к сожалению, быстро преодолеть невозможно, так что этот сдерживающий фактор будет еще длительное время действовать. В целом же есть все основания предполагать, что китайский путь экономического развития окажется одним из наиболее результативных, так как в нем сохранено то позитивное, что было присуще плановой экономике, и дополнено современными методами управления и подключения рыночного механизма в тех сферах, где это целесообразно.



## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Обобщая всю приведенную ранее информацию о функционировании экономики развитых капиталистических стран, можно сделать следующие выводы:

1. Главенствующую роль в экономической жизни этих стран играют крупные корпорации, сосредоточивающие в своей собственности огромные средства производства и организующие деятельность десятков и сотен тысяч людей. Совокупность этих корпораций, получившая в экономической литературе название планирующей системы, не в состоянии существовать в непредсказуемой среде чисто рыночной экономики. В силу своих огромных размеров они должны иметь время, чтобы подготовиться к неизбежным изменениям внешней среды и повлиять на экономическую ситуацию там, где это возможно.

2. Корпорации не могут существовать без планирования своего развития, но для этого им необходимо иметь представление о предстоящих изменениях во всей экономической системе, которое может быть достоверным только при наличии государственного планирования. Государственное планирование в то же время необходимо и обществу в целом, поскольку оно направляет развитие корпораций к достижению выбранных им целей и координирует их деятельность. Нескоординированная деятельность огромных корпораций могла бы привести к кризисным явлениям, как это бывало в прошлом. В целом можно констатировать переход на макроэкономическом уровне от рыночной стихии к сознательной плановой деятельности, определяемой обществом.

3. Акционерную собственность в планирующей системе по ее экономической сути следует относить к общественной форме собственности.

Термин «частная компания» применительно к этим корпорациям обозначает их экономическую независимость (в определенной степени) от государства и больше характеризует форму, чем существо отношений собственности.

Если учесть удельный вес крупных акционерных компаний и государственной собственности, то есть основание считать общественную собственность преобладающей в экономике капиталистических стран. Обобществление производства, обусловленное научно-техническим прогрессом, привело к обобществлению собственности в тех сферах народного хозяйства, которые относятся к планирующей системе.

4. Частная собственность, владелец которой одновременно и выступает в качестве руководителя хозяйственной деятельности, и определяет ее содержание, более не является господствующей в экономике капиталистических стран. Она успешно функционирует в тех сферах народного хозяйства, которые относятся к рыночной системе, занимающей подчиненное положение по отношению к планирующей. Будучи подчиненными и эксплуатируемыми планирующей системой, хозяйствующие субъекты рыночной системы не в состоянии существовать без экономической поддержки и защиты государства, выражающего интересы общества.

5. Интересы собственников-акционеров не являются теперь главным фактором, определяющим хозяйственную деятельность в планирующей системе. Успешное развитие корпорации возможно только при правильном понимании ее миссии в обществе и выборе целей ее развития с учетом интересов всех коллективов и индивидов, работающих в ней. Корпорация перестала быть механизмом, функционирующим только для получения прибыли ее собственниками. Получение приемлемого уровня прибыли из самоцели превращается в условие существования и развития корпорации.

6. Одним из важнейших условий существования массового производства является массовый потребитель. Поэтому планирующая система заинтересована в повышении равномерности распределения благ в обществе. Не менее важным условием является обеспечение производства высококвалифицированными трудоспособными работниками, чему способствуют общественно организованные здравоохранение, образование, культура. Рыночный механизм как таковой не обеспечивает ни усреднения в распределении благ, ни равного доступа к образованию, здравоохранению и культуре. Поэтому все в большей мере решение указанных проблем возлагается на государство.

7. В результате обусловленных научно-технической революцией изменений в средствах производства в большинстве случаев труд стал носить преимущественно умственный характер. Эффективность умственного труда в значительно большей степени, чем физического, зависит от морально-психических факторов. Следствием этого являются демократизация управления, изменение отношения к социальной защищенности работников и создание мотивов для творческого участия их в производстве.

8. Осознав несоответствие прежней инерционности крупных компаний сегодняшним динамичным изменениям в производстве и потреблении, в капиталистических странах пошли по пути изменения методов управления, а не дробления собственности, понимая, что только крупная собственность обеспечивает в массовом производстве сложной высокотехнической продукции возможность постоянного обновления техники и технологии.

9. Понимание необходимости обеспечения экономической безопасности как условия интенсивного развития общества распространяется теперь не только на индивидов, но и на хозяйственные единицы, в том числе крупные. Этой цели служат всевозможные виды страхования и государственной экономической поддержки.

10. В целом можно говорить о социализации капиталистической экономики, понимая под этим возрастание роли общества в экономической жизни страны, постепенное плавное вытеснение стихийно действующего рыночного механизма сознательным общественным воздействием, включающим:

- планирование развития всего народного хозяйства и экономическое управление всеми его субъектами;

- увеличение количества сфер народного хозяйства, находящихся в непосредственном ведении общества;

- постоянно повышающуюся роль общества в распределении благ.

11. Опыт экономических реформ в Китайской Народной Республике показал, что можно добиться резкого ускорения экономического развития без отказа от социалистического способа производства. В КНР, как нам представляется, пошли по пути конвергенции, отказавшись от крайностей, приписываемых «чистому социализму», — полного запрещения частной собственности, абсолютно уравнительного распределения, отказа от рыночного механизма и т. п.

Научно-технический прогресс толкает мир к социализму.

На основании приведенного в настоящей книге анализа экономической практики развитых капиталистических стран представляется возможным высказать также некоторые соображения по реформированию российской экономики:

1. Реставрация капитализма — это регрессивное направление реформирования, которое не обеспечит повышения эффективности экономики. Производственные отношения классического капитализма не соответствуют сегодняшним производительным силам и потому возврат к ним невозможен. Прогрессивным направлением представляется совершенствование социализма за счет обогащения его элементами рыночного механизма.

2. Революционный метод преобразований, заключающийся в разрушении старого хозяйственного механизма и создании на его месте нового, в принципе непригоден при реформировании экономики. Здесь уместен только эволюционный путь постепенного улучшения хозяйственного механизма с привнесением в него всего ценного, что имеется в экономике развитых стран. Именно такая методология реформирования позволила КНР ускорить развитие страны, избежать якобы неизбежного при кардинальных преобразованиях периода кризиса.

3. Главным содержанием реформирования должно было быть изменение методов управления экономикой страны и регионов, отраслями, предприятиями, а не изменение формы собственности.

Приватизация крупных предприятий, базирующихся на общественном производстве, не даст того положительного эффекта, который мог бы быть получен от применения современных методов управления. Приватизация малых предприятий, сферы услуг, торговли и т. п., представляющая крайне важное и необходимое дополнение прежнего социалистического хозяйственного механизма рыночными элементами, даст результаты только после устранения дефицита, что невозможно без успешной работы крупной промышленности. Поэтому, признавая необходимость существования всех форм собственности и оказывая содействие мелкому бизнесу, следовало бы сохранить главенствующее положение общенародной собственности и поощрять собственность работников на малых предприятиях.

4. Преодоление инфляции представляется невозможным без государственного регулирования цен и уровня заработной платы. При этом под регулированием понимается установление цен на важнейшие виды продукции промышленности (нефть, уголь, сталь, лес), основные продукты питания и предметы первой необходимости и постоянное согласование политики ценообразования между государством и товаропроизводителями по остальным видам продукции. Надеяться на самопроизвольное прекращение инфляции при достижении цен равновесия, чего ожидали авторы концепции либерализации цен, очевидно, нет оснований.

До преодоления инфляции нельзя рассчитывать на инвестиции в производство и, соответственно, на обновление его материально-технической базы. В настоящее время эта база не только не обновляется, но и физически разрушается, что может привести к катастрофическим последствиям в ближайшем будущем.

5. Централизованное государственное планирование является сегодня обязательным условием успешного развития экономики в любой стране, тем более в такой большой, как Россия, со сложившейся региональной специализацией многих производств. Отказ от планирования вместо устранения действительно имевших место недостатков представляется губительным. Помимо совершенствования централизованного планирования его следовало бы дополнить полноценным региональным планированием.

6. Демонополизация внешней торговли, осуществленная без подготовки соответствующих структур в регионах и отраслях, привела к огромным потерям из-за некомпетентности, а иногда и недобросовестности новых агентов внешнеэкономической деятельности. Демонополизация внешней торговли, будучи в принципе

рациональным решением, в таком «революционном» исполнении превратилась в зло. Сейчас следовало бы резко сократить число организаций, имеющих право внешнеэкономической деятельности, создав тем самым возможность для концентрации в них квалифицированных специалистов и осуществления государственного контроля. В будущем, по мере повышения внешнеторговой культуры и стабилизации экономики, круг таких организаций можно было бы расширить.

7. Необходимо восстановить управление принадлежащими государству хозяйственными единицами, но осуществлять его по-новому, используя методы управления, практикуемые крупнейшими компаниями по отношению к принадлежащим им предприятиям, и методы управления государственной собственностью в тех странах, где она достаточно развита. Это позволило бы значительно повысить самостоятельность предприятий и заинтересованность их коллективов в результатах своей деятельности, сохранив существовавшие раньше возможности концентрации капиталовложений и направленность на решение народнохозяйственных задач. При этом совсем не обязательно воссоздавать прежнюю министерскую структуру управления всеми отраслями. В каких-то сферах народного хозяйства можно использовать зарубежный опыт крупных государственных, акционерно-государственных компаний и т. п.

8. Решающее значение для повышения эффективности экономики имеет совершенствование внутрихозяйственной деятельности товаропроизводителей, а ему-то сейчас как раз не уделяется внимания, как будто превращение государственных предприятий в акционерные само по себе способно что-то изменить. И это в то время, когда японский опыт управления и преобразования в управлении, происходящие в последнее десятилетие на Западе, показали огромную результативность совершенствования именно внутрифирменного управления. Децентрализация и демократизация управления, создание условий для творчества рядовых работников, реабилитация соревнования, партисипативное планирование, коллективная оценка результатов труда, хозрасчет, техническая переподготовка, идеологическое воспитание и т. п.— все современные методы, широко применяемые в мире и схематично описанные в этой книге, должны были бы стать важнейшим направлением совершенствования. Большинство из этих методов нам известно, а многие и родились у нас, но при их реализации нам не хватало тщательности, профессионализма и терпения, и поэтому они не давали такой отдачи, как за рубежом. Теперь, уже не сомневаясь в их результативности и преодолев ошибки, необходимо именно им уделить главное внимание при совершенствовании управления.

9. Прекращение деградации науки, культуры, образования, здравоохранения представляется невозможным без возврата к

государственному финансированию этих сфер деятельности. Отказ от собственного опыта, послужившего примером всему миру, просто нелогичен.

10. Дифференциация населения по уровню потребления, происшедшая в России за последние годы, как известно, по своим масштабам значительно превзошла зарубежные аналоги. Это не только фактор социальной напряженности, но и причина снижения объемов производства в отраслях, связанных с выпуском потребительских товаров. Известно, что чрезмерное расслоение общества ведет к его обнищанию. Поэтому представляются обязательными активное участие государства в распределении доходов и возвращение к коллективным формам потребления (детские сады, лагеря для отдыха детей, санатории, базы отдыха и т. п.).

В заключение хотелось бы еще раз высказать свою убежденность в том, что мир идет к социализму. И идет не только потому, что это наиболее гуманное общественное устройство, но и потому, что этого требует научно-технический прогресс. Иначе невозможно дальнейшее развитие. Было бы противоестественно стране, первой ставшей на путь социалистического строительства, теперь идти в обратном направлении.

Автор не считает изложенные в заключении выводы и соображения по реформированию экономики бесспорными и исчерпывающими, он стремится побудить читателя к размышлениям о путях развития российской экономики.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Макконнелл К., Брю С. Экономикс: Принципы, проблемы и политика. Т. 1. М.: Республика, 1992.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: Прогресс, 1990.
3. Гэлбрейт Дж. Экономические теории и цели общества. М.: Прогресс, 1990.
4. Роджерс Ф. ИБМ: Взгляд изнутри: Человек — фирма — маркетинг. М.: Прогресс, 1990.
5. Синк Д. Управление производительностью: планирование, измерение и оценка, контроль и повышение. М.: Прогресс, 1989.
6. Яккока Ли. Карьера менеджера. М.: Прогресс, 1990.
7. Эрхард Л. Благосостояние для всех. М.: Начала-Пресс, 1991.
8. Гэлбрейт Дж., Меньшиков С. Капитализм, социализм, сосуществование. М.: Прогресс, 1988.
9. Грейсон Дж., О'Делл К. Американский менеджмент на пороге XXI века. М.: Экономика, 1991.
10. Форд Г. Моя жизнь. Мои достижения. М.: Финансы и статистика, 1989.
11. Уотермен Р. Фактор обновления. М.: Прогресс, 1988.
12. Питерс Т., Уотермен Р. В поисках эффективного управления. М.: Прогресс, 1986.
13. Гэлбрейт Дж. Новое индустриальное общество. М.: Прогресс, 1969.
14. Реферат учебника П. Самуэльсона, В. Нордхауза «Экономикс»// Экон. науки. 1990. № 1.
15. Макконнелл К., Брю С. Экономикс: Принципы, проблемы и политика. Т.2. М.: Республика, 1992.
16. Никсон Ф. Роль руководства предприятия в обеспечении качества и надежности. М.: Изд-во стандартов, 1990.
17. Харингтон Дж. Управление качеством в американских корпорациях. М.: Экономика, 1990.
18. Райт Д. «Дженерал Моторс» в истинном свете. М.: Прогресс, 1985.
19. Шонберг Р. Японские методы управления производством. М.: Экономика, 1988.
20. Исикава К. Японские методы управления качеством. М.: Экономика, 1988.
21. Эванс Дж., Берман Б. Маркетинг. М.: Экономика, 1990.
22. Основы внешнеэкономических знаний: Словарь-справочник/С. И. Долгов, В. В. Васильев, С. П. Гончарова и др. М.: Высш. шк., 1990.
23. Японская экономика в преддверии XXI века. М.: Наука, 1991.
24. Кейнс Дж. Общая теория занятости, процента и денег. М.: Прогресс, 1978.
25. Студенцов В. США: поиск оптимального режима отраслевого регулирования// План. хоз-во. 1990. № 12. С. 102—110.
26. Спандарьян В. Деловая Япония. М.: Мысль, 1991.
27. Курицын А. Н. Организация управления в машиностроительной промышленности Японии. М.: Информэлектро, 1988.
28. Хорев Б. В чем суть тупика// Народ. правда. 1992. № 4.
29. Осипенков П. Собственность: как преодолеть отчуждение// Экон. газ. 1989. № 4.
30. Новожилов В. В. Проблемы измерения затрат и результатов при оптимальном планировании. М.: Экономика, 1967.
31. Как работают японские предприятия/Под ред. Я. Мондела, Р. Сивакавы, С. Такия-Наги и Т. Чагар. М.: Экономика, 1989.
32. Моритани М. Современная технология и экономическое развитие Японии. М.: Экономика, 1986.



33. Маркс К. Экономические рукописи 1857—1859 гг. //Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. Т. 46. Ч.2.
34. Овчинников Ю. На рубежах биотехнологии//Правда. 1985. 22 июля.
35. Чибриков Г. Эксплуатация: как ее теперь понимать//Коммунист. 1990. № 11. С. 71—78.
36. Пияшева Л., Исаев А., Селюнин В., Алексеев С. и др. Отдать бесплатное: Докладная Российскому Президенту о наиболее разумном способе приватизации//Изв. 1992. 15 февр.
37. Цветов В. Пятнадцать камней сада Реандзи. М.: Политиздат, 1986.
38. Любимов А. В плену стереотипа, или о том, как «работает» плюрализм собственности при капитализме// Изв. 1990. 10 февр.
39. Стерлин А. Фирмы повышенного риска// Экон. газ. 1988. 20 мая.
40. Керменецкий Я. Демократия на производстве и коллективная собственность в США// Вопр. экономики. 1990. № 9. С.132—140.
41. Эккерсдорф В. Акции рабочим// Экономика и жизнь. 1990. № 50.
42. Сутян Б. Человеческий фактор и производство// Экономика и жизнь. 1991. № 23.
43. Собственность и мифы. Круглый стол «ЭЖ»// Экон. газ. 1992. № 11.
44. Speinser St. The USOP Handbook Guide to Designing Universal Share Ownership Plans for the United States and Great Britain. N. Y., 1986.
45. Фолкнер Р. Обновление производства: атакующие выигрывают. М.: Прогресс, 1987.
46. Симонс Дж., Лоуг Дж. Тринадцать мифов российской приватизации// Изв. 1992. 20 апр.
47. Приватизация: мировой опыт на словах и на деле// Экономика и жизнь. 1991. № 46.
48. Шанс на успех. Приватизация: собственность работников// Экон. газ. 1992. № 8.
49. Рутгайзер В. Коллективная собственность// Экон. газ. 1989. № 27.
50. Райзберг Б., Заставенко Е., Головкин Е. Парадоксы и контрасты коллективной собственности// Экон. газ. 1989. № 47.
51. Пороховская А. Социальный портрет современного западного общества// Экономика и жизнь. 1991. № 34.
52. Правительственный вестник. 1990. № 52. С.5.
53. Климова М. Приватизация государственного сектора экономики в Западной Европе// Вопр. экономики. 1991. № 4.
54. Акофф Р. Планирование будущего корпораций. М.: Прогресс, 1985.
55. Акофф Р. Планирование в больших экономических системах. М.: Советское радио, 1972.
56. Лацис О. Проблема темпов в социалистическом строительстве. //Коммунист. 1976. № 18.
57. Рыночная экономика: Учебник. Т. 2. М.: Соминтек, 1992.
58. Мескон М. Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента. М.: Дело, 1993.
59. Маркс К. Капитал //Маркс К., Энгельс Ф. Соч. 2-е изд. Т. 25.
60. Коно Т. Стратегия и структура японских предприятий. М.: Прогресс, 1987.
61. Пронников В. А., Ладанов И. Д. Управление персоналом в Японии. М.: Наука, 1989.
62. Bielby P. Japanese Manufacturing. There is no Magic-Management//Review and Digest. 1983. January.
63. Абалин Л. Парадокс макроанализа, или Анти-эффект монополизма// Экон. газ. 1992. № 45.
64. Тихонов Р. М. Конкурентоспособность промышленной продукции. М.: Изд-во стандартов, 1985.
65. Королькова Г. «Новый курс» Ф. Д. Рузвельта: предпосылки, логика, результаты//Вопр. экономики. 1993. № 11.
66. Друзенко А., Коваленко Ю. Рынок и план по-французски//Изв. 1990. № 119.
67. Коваленко Ю. Можно ли приручить рынок? //Изв. 1990. № 47.

68. США: государство и корпорация в эпоху НТР. М.: Наука, 1984.
69. Зубченко Л. Организация научно-технических программ в Европейском сообществе//Экон. газ. 1993. № 21.
70. Тацуно Ш. Стратегия — технополисы. М.: Прогресс, 1989.
71. Сенчагов В. И на свободном рынке цены держат в узде//Экономика и жизнь. 1991. № 10.
72. Регулируемые и свободные цены в США//Экономика и жизнь. 1993. № 24.
73. Калмыков Ю. Как регулируется рынок во Франции//Экономика и жизнь. 1990. № 23.
74. Трушицин С. Особенности регулирования цен во Франции//Вопр. экономики. 1991. № 6.
75. Горбачев И. Швеция: регулирование цен//Экономика и жизнь. 1990. № 52.
76. Гельваловский М. Контролируемые цены//Экономика и жизнь. 1990. № 21.
77. Евсеева И. Финляндия: Регулируют экономику не только цены// Экономика и жизнь. 1991. № 35.
78. Гэлбрейт Дж. Экономический прогресс в изменяющемся мире//Коммунист. 1989. № 1.
79. Соколов В. Налоговая политика государства//Вопр. экономики. 1991. № 7.
80. Любимцев Ю. Налоги: примеры западной модели//Экономика и жизнь. 1990. № 15.
81. Тимофеева О. Франция: Налог на добавленную стоимость//Экономика и жизнь. 1992. № 12.
82. Коваленко Ю. Перед налогом все равны, но... половина французов не платит его вообще// Изв. 1991. 4 апр.
83. Сабон А. Шведская спичка//Лит. газ. 1990. № 15.
84. Зубко М. Чем держится коммуна//Изв. 1990. 16 авг.
85. Рогова О., Моисеева Л., Логвина А. Налоговая политика Швеции: целевая направленность и механизм//Вопр. экономики. 1991. № 10.
86. Волков А. М. Швеция: социально-экономическая модель. М.: Мысль, 1991.
87. Калмыков Ю. Франция: государственное регулирование оплаты труда// Экономика и жизнь. 1990. № 27.
88. Зайченко А. Пенсии за рубежом//Экон. газ. 1990. № 22.
89. Труд и управление в современном мире: Реферат статьи П. Друкера//Рос. экон. журн. 1993. № 5.
90. Турская С. Не копируйте наши промахи, советуют американские медики//Изв. 1992. 19 февр.
91. США: Экономика и образование. М.: Изд-во АН СССР, 1985.
92. Филиппова А. Высшая школа США. М.: Наука, 1981.
93. Ольсевич Ю. Послевоенная зарубежная экономическая мысль: уроки плюрализма//Вопр. экономики. 1992. № 10.
94. Стоянова Е. Когда покупатель — государство//Экон. газ. 1989. № 15.
95. Рогинко С. Тупики «нового» протекционизма//Экон. газ. 1986. № 45.
96. Япония: Белая книга правительства//Экономика и жизнь. 1990. № 40.
97. Пичурин И. И. Управление качеством на предприятии. Свердловск: Изд-во Урал. ун-та, 1987.
98. Каули Э. Европа приватизируется//Экономика и жизнь. 1993. № 22.
99. Клинова М. Приватизация государственного сектора экономики в Западной Европе//Вопр. экономики. 1991. № 4.
100. Кеннет У. Думать о совместной работе//Коммунист. 1990. № 4.
101. Томанн Х., Мюллер Ю. Опыты дерегулирования в Западной Германии//Вопр. экономики. 1991. № 7.
102. Нильсен К., Педерсен О. От смешанной экономики к экономике согласований — страны Скандинавии//Вопр. экономики. 1991. № 12.
103. Курбатов В. Китай на пороге III тысячелетия//Рос. экон. журн. 1993. № 4.
104. Калмыков Ю. Новые аспекты государственного регулирования экономики в КНР//План. хоз-во. 1990. № 5.

## ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие	5
Какой должна быть идеальная экономическая система (Вместо введения)	6
ГЛАВА 1. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ЦЕЛИ	21
1.1. Экономические цели общества	21
1.2. Планово-рыночная экономика высокоразвитого общества	33
1.3. Экономические цели коммерческих организаций	37
1.4. Цели собственников	42
1.5. Цели технотруктуры	49
1.6. Цели трудового коллектива	54
1.7. Взаимозависимость целей общества и коммерческих организаций	57
ГЛАВА 2. ФОРМЫ СОБСТВЕННОСТИ В РАЗВИТОМ ОБЩЕСТВЕ	66
2.1. Собственность как понятие	66
2.2. О выплатах собственникам средств производства	74
2.3. Классическая частная собственность	83
2.4. Государственная собственность	90
2.5. Собственность работников	96
ГЛАВА 3. МЕТОДЫ ВНУТРИФИРМЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ	107
3.1. Планирование в современных корпорациях	107
3.2. Социально-этический маркетинг	121
3.3. Перестройка организации	129
3.4. Демократизация управления	136
3.5. Управление персоналом	148
ГЛАВА 4. МЕЖФИРМЕННЫЕ ОТНОШЕНИЯ	167
4.1. Конкурентные характеристики рынка	167
4.2. Конкурентоспособность компаний	178
4.3. Взаимоотношения с поставщиками и потребителями	191
ГЛАВА 5. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ РОЛЬ ГОСУДАРСТВА	203
5.1. Государственное планирование	203
5.2. Участие государства в ценообразовании	211
5.3. Налогообложение в развитых капиталистических странах	220
5.4. Экономическая роль государства в решении социальных проблем	227
5.5. Эволюция смешанной экономики	240
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	254
ЛИТЕРАТУРА	260

## Contents

Preface	9
Introduction	10
<b>CHAPTER 1. ECONOMICAL GOALS</b>	<b>21</b>
1.1. Economical goals of society	21
1.2. Planned-market economics of highly developed society	33
1.3. Economical goals of owners	37
1.4. The goals of owners	42
1.5. The goals of technical structure	49
1.6. The goals of labour collectives	54
1.7. The interdependence of social goals and the goals of organizations	57
<b>CHAPTER 2. THE FORMS OF PROPERTY IN DEVELOPED SOCIETY</b>	<b>66</b>
2.1. Property as a concept	66
2.2. The payments to the owners of means of production	74
2.3. Classical private property	81
2.4. State property	90
2.5. The property of workers	94
<b>CHAPTER 3. METHODS OF MANAGEMENT WITHIN THE FIRM</b>	<b>107</b>
3.1. Planning in modern corporations	107
3.2. Social-ethical marketing	121
3.3. Reorganization	124
3.4. Democratization of management	137
3.5. Staff management	144
<b>CHAPTER 4. RELATIONS BETWEEN THE FIRMS</b>	<b>161</b>
4.1. Market descriptions	161
4.2. Competitiveness of companies	171
4.3. Relations with suppliers and consumers	181
<b>CHAPTER 5. ECONOMICAL ROLE OF THE STATE</b>	<b>201</b>
5.1. State planning	203
5.2. State participation in price formation	211
5.3. Taxation in developed capitalist countries	220
5.4. Economical role of the state in settling of social problems	227
5.5. Evolution of social-market economics	240
<b>CONCLUSION</b>	<b>254</b>
<b>BIBLIOGRAPHY</b>	<b>260</b>